

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN *FEAR OF MISSING OUT*
(FOMO) TERHADAP SIKAP SERTA NIAT MAHASISWA DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH**



Disusun oleh

NURMA NISKHAFATUN KASANAHA

21213023

**PROGRAM STUDI ANALISIS KEUANGAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JULI, 2025**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN *FEAR OF MISSING OUT*
(FOMO) TERHADAP SIKAP SERTA NIAT MAHASISWA DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH**

**Skripsi ini di disusun untuk melengkapi Sebagian persyaratan
menjadi Sarjana Terapan**



Disusun oleh

NURMA NISKHAFATUN KASANAHI

21213023

**PROGRAM STUDI ANALISIS KEUANGAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JULI, 2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **Pengaruh Pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Sikap serta Niat Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Digital Bank Syariah** yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan di lingkungan Universitas Islam Indonesia maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 2 Juli 2025



Nurma Niskhafatun Kasanah

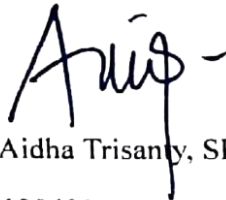
21213023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Sikap serta Niat Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Digital Bank Syariah** disusun untuk melengkapi Sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, dan disetujui untuk diajukan dalam sidang skripsi ujian Skripsi.

Yogyakarta,

Pembimbing

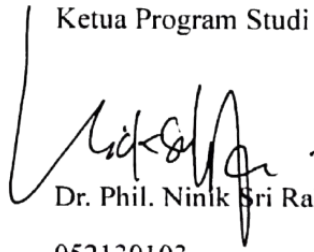


Dr. Aidha Trisanty, SE., MM.

092130401

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu, SE., MM.

052130103

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Sikap serta Niat Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Digital Bank Syariah**, telah dipertahankan dalam ujian wawancara dan diterima sebagai salah satu syarat untuk menjadi Sarjana Terapan Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, pada tanggal 10 September 2025

Tim penguji

Penguji I.



Dr. Aidha Trisanty, S.E., MM.
092130401

Penguji II.



Rizqi Adhyka Kusumawati S.E.,M.B.A.
152131301

Mengesahkan

Ketua Program Studi



Dr. Phil. Nini Sri Rahayu, S.E., MM.

052130103

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta, hormat, dan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya, sosok luar biasa yang tak pernah lelah memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan cinta tanpa syarat yang tak akan pernah bisa terbalas dengan apapun. Doa restu kalian adalah kekuatan terbesar dalam perjalanan ini.
2. Adik saya, yang selalu hadir dengan semangat dan motivasi di saat penulis membutuhkan. Terima kasih atas kehadiran dan perhatian yang begitu berarti di masa-masa penuh tantangan ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi dunia keilmuan dan menjadi langkah awal kontribusi penulis dalam bidang yang sedang penulis tekuni.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang mendalam penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat dan hidayah-Nya. Berkat karunia-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Analisis Keuangan, Universitas Islam Indonesia. Adapun fokus penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap serta niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermakna, khususnya dalam mendorong adopsi layanan keuangan digital syariah di kalangan generasi muda, serta menjadi bagian dari upaya memperluas inklusi keuangan berbasis syariah di Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Analisis Keuangan Universitas Islam Indonesia, atas segala arahan, dukungan, dan fasilitas yang diberikan selama masa studi penulis.
2. Dr. Aidha Trisanty, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan masukan, dan membangun semangat penulis dalam menyusun skripsi ini hingga tuntas.
3. Orang tua serta seluruh keluarga, yang telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi tiada henti. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta dukungan moril dan materiil selama perjalanan panjang ini.
4. Sahabat-sahabat terdekat, Putri Rahmawati, Sigit Kusdiyanto, Aprilia Wahyu Wardani, Lafziah Haqul Zain, Najla Uzdah Asmahani, dan Hilda, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan dalam proses

penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian sangat berarti dalam melewati masa-masa sulit dan penuh tantangan.

5. Salwa Nursiva Nugraheni, sahabat sejak SMA, yang telah menjadi tempat berbagi cerita dan sumber semangat. Terima kasih selalu ada dalam suka maupun duka.
6. Teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, perhatian, dan segala bentuk dukungan yang telah diberikan selama ini.
7. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung ddalam proses penyusunan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demu penyempurnaan di masa mendatang.

Sebagai penutup, penulis menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis berharap, skripsi ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi diri penulis, tetapi juga bagi para pembaca yang memiliki ketertarikan terhadap topik yang diangkat.

Yogyakarta, 2 Juli 2025



Nurma Niskhafatun Kasanah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Akademik.....	4
1.4.2 Manfaat Praktikal.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1. Pengertian Bank Syariah.....	5
2.1.1. Produk dan Layanan Bank Syariah.....	6
2.1.2. Perkembangan Bank Syariah.....	13
2.2. <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2.3. Definisi Operasional Variabel.....	16
2.3.1. Pengetahuan (Knowledge).....	16
2.3.2. <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	18
2.3.3. Sikap (<i>Attitude</i>).....	19
2.3.4. Niat Menggunakan.....	21
2.4. Penelitian Terdahulu.....	22
2.5. Kerangka Pemikiran.....	26
2.6. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29

3.1.	Desain Penelitian.....	29
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.	Teknik Analisis Data	31
3.4.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	32
3.4.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1.	Analisis Deskripsi Responden.....	36
4.1.1.	Karakteristik Responden	36
4.1.2.	Deskripsi Jawaban Responden.....	38
4.2.	Analisis Data	40
4.2.1.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	40
4.2.2.	Evaluasi Model Struktural.....	47
4.2.3.	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP.....		57
5.1.	Kesimpulan	57
5.2.	Implikasi.....	59
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	60
5.4.	Rekomendasi untuk Penelitian Berikutnya	60
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN.....		67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4. 1 Profil Responden	36
Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden	38
Tabel 4. 3 Nilai <i>Loading Factor</i>	40
Tabel 4. 4 <i>Average Variance Extracted</i>	42
Tabel 4. 5 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	43
Tabel 4. 6 Nilai <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker)</i>	45
Tabel 4. 7 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	45
Tabel 4. 8 <i>Internal Consistency Reliability</i>	46
Tabel 4. 9 Nilai <i>Goodness of Fit Model</i>	47
Tabel 4. 10 <i>Full Collinearity Estimates (Variance Inflation Factors/VIFs)</i>	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Model Quality Criteria Assessment</i>	50
Tabel 4. 12 <i>Effect Size (f^2)</i>	50
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficient</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 Model Struktural	49

Pengaruh Pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Sikap serta Niat Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Digital Bank Syariah

ABSTRAK

Transformasi digital pada bank syariah menghadapi tantangan berupa rendahnya minat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap serta niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa, serta secara tidak langsung juga meningkatkan niat penggunaan layanan digital bank syariah. Selain itu, sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Temuan ini menegaskan pentingnya meningkatkan literasi keuangan syariah dan mengembangkan strategi komunikasi yang berbasis tren digital untuk mendorong adopsi layanan digital syariah di kalangan generasi muda.

Kata kunci: Pengetahuan, FOMO, Sikap, Niat, Bank Syariah

The Influence of Knowledge and Fear of Missing Out (FOMO) on Students Attitudes and Intentions to Use Digital Islamic Banking Services

ABSTRACT

Digital transformation in Islamic banking faces challenges, including the low interest among students in using digital Islamic banking services. This study aims to analyze the influence of knowledge and Fear of Missing Out (FOMO) on students attitudes and intentions to use digital Islamic banking services. A quantitative approach was employed using a survey method with questionnaires to student respondents. Data were

analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS 3. The results show that both knowledge and FOMO have a positive and significant influence on students attitudes, which in turn positively affect their intention to use digital Islamic banking services. Additionally, attitudes are found to be a strong predictor of behavioral intention. These findings highlight the importance of enhancing Islamic financial literacy and utilizing trend-based communication strategies to increase the adoption of digital Islamic banking services among younger generations.

Keywords: Knowledge, FOMO, Attitude, Intention, Islamic Bank

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia telah membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor jasa keuangan (Bulkiya et al., 2019) yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas secara efisien, termasuk dalam hal transaksi perbankan. Perbankan merespon perkembangan ini dengan menyediakan layanan digital yang memudahkan nasabah dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi secara mandiri. Aktivitas seperti pembayaran, peminjaman dana, dan transfer dana kini dapat dilakukan dengan lebih cepat dan praktis melalui platform digital (Cortina & Schmukler, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari dalam sistem perbankan modern.

Untuk mendukung transformasi digital, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan Peraturan POJK No. 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Dalam peraturan tersebut, layanan perbankan digital didefinisikan sebagai layanan berbasis elektronik yang memanfaatkan data nasabah guna memberikan pelayanan yang cepat, aman dan dapat diakses secara mandiri (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Melalui layanan ini, nasabah dapat membuka rekening, mengakses informasi, melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh perbankan agar nasabah merasa nyaman dan percaya untuk menggunakan layanan digital (Andriyani & Ardianto, 2020). Oleh karena itu, bank harus mampu menyesuaikan fasilitas dan respon terhadap kebutuhan nasabah secara tepat.

Keberhasilan layanan digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga bergantung pada minat nasabah dalam menggunakannya. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk tertarik dan bertindak terhadap suatu objek atau aktivitas yang dirasakan menyenangkan (Damayanti, 2017). Jika nasabah merasa

layanan digital memberikan kemudahan dan kenyamanan, maka nasabah akan terdorong untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika layanan dianggap rumit atau tidak memberikan pengalaman yang positif, maka minat nasabah akan menurun. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi minat sangat penting dalam pengembangan layanan digital perbankan. Hal ini semakin relevan dengan karakteristik generasi muda, khususnya mahasiswa, yang cenderung mengutamakan efisiensi, kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi (Mutiasari, 2020). Mahasiswa kini mulai memanfaatkan layanan perbankan syariah untuk berbagai keperluan finansial.

Pada bank syariah, transformasi digital menghadapi tantangan tersendiri. Salah satunya adalah masih rendahnya minat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital syariah (Salsavira et al., 2024). Rendahnya minat ini tidak jarang disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai prinsip syariah dalam konteks layanan digital, serta terbatasnya persepsi positif terhadap manfaat dan kemudahan layanan tersebut di kalangan generasi muda (Rosidi, 2023). Meskipun demikian, kelompok mahasiswa merupakan segmen potensial yang dapat menjadi pengguna utama layanan digital bank syariah di masa depan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang membentuk sikap dan minat mahasiswa terhadap layanan ini, seperti pengetahuan serta pengaruh sosial yang muncul dari fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO mencerminkan kekhawatiran individu untuk tertinggal dari pengalaman atau tren yang tengah berlangsung, kerap memengaruhi perilaku generasi muda dalam mengadopsi teknologi digital. FOMO berkontribusi secara signifikan terhadap persepsi kemudahan dan keputusan penggunaan platform digital oleh mahasiswa, termasuk dalam konteks layanan keuangan berbasis syariah (Zoraifi et al., 2025). Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengangkat topik ini dalam penelitian berjudul **“Pengaruh Pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Sikap serta Niat Mahasiswa dalam Menggunakan Layanan Digital Bank Syariah”**, yang difokuskan untuk memahami peran dua variabel utama pengetahuan dan FOMO dalam membentuk sikap mahasiswa terhadap layanan digital syariah dan dampaknya terhadap

minat penggunaan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam menyusun pendekatan edukatif dan promosi yang lebih efektif dalam meningkatkan adopsi layanan digital syariah di kalangan generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah?
5. Bagaimana pengaruh sikap terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah.
2. Mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah.
3. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.
4. Mengetahui pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.
5. Mengetahui pengaruh sikap terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1.4.1 Manfaat Akademik

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku konsumen, khususnya dalam konteks adopsi layanan digital bank syariah.
2. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji aspek psikologis dan sosial dalam perilaku penggunaan layanan keuangan berbasis digital.
3. Memperkaya literatur mengenai peran pengetahuan dan FOMO sebagai determinan sikap dan minat dalam model adopsi teknologi keuangan syariah.

1.4.2 Manfaat Praktikal

1. Memberikan masukan strategis bagi lembaga perbankan syariah dalam merancang kebijakan promosi dan edukasi yang lebih efektif guna meningkatkan partisipasi pengguna muda terhadap layanan digital.
2. Menyediakan dasar pertimbangan bagi pengambil kebijakan di sektor jasa keuangan syariah untuk memahami pentingnya perilaku konsumen dalam proses transformasi digital.
3. Membantu pihak bank dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis perilaku yang mempertimbangkan kebutuhan informasi, pengaruh sosial, dan sikap konsumen terhadap teknologi layanan keuangan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yang berfokus pada layanan penyimpanan, pembiayaan, dan jasa pembayaran (Agustin, 2021). Prinsip ini merujuk pada ketentuan yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits, sehingga aktivitasnya harus mengindar dari unsur-unsur yang bertentangan dengan syariah. Salah satu perbedaan mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional berada pada sistem bunga, di mana bank syariah tidak mengadakan bunga, sementara bank konvensional mempergunakan sistem bunga untuk dijadikan dasar operasinya. Dengan demikian, bank syariah menawarkan alternatif layanan finansial yang lebih berdasar pada nilai-nilai Islam (Agustin, 2021).

Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, bank syariah mencakup Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank syariah menjalankan aktivitas usahanya menurut prinsip syariah, baik dalam bentuk lembaga, proses bisnis, maupun cara pelaksanaannya. Ketentuan ini memastikan bahwa seluruh aktivitas bank syariah linear dengan ajaran Islam dan menghindari praktik yang dilarang. Melalui sistem ini, bank syariah diharapkan mampu memberikan solusi keuangan yang transparan dan adil (Nuraini et al., 2020).

Prinsip utama pada perbankan syariah meliputi larangan akan riba, maysir, dan gharar yang bertentangan dengan syariah Islam. Riba merujuk pada tambahan yang dibebankan kepada peminjam di luar pokok pinjaman, yang dianggap tidak adil dalam Islam. Maysir mengacu pada segala bentuk perjudian atau keuntungan yang diperoleh tanpa usaha yang jelas, sehingga menimbulkan ketidakpastian dan ketidakadilan. Gharar mencakup unsur ketidakpastian, penipuan, atau risiko yang tidak jelas dalam transaksi ekonomi, yang dapat merugikan salah satu pihak (Kurnialis et al., 2022).

2.1.1. Produk dan Layanan Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya menurut prinsip-prinsip syariah islam (Agustin, 2021). Secara teknis, mekanisme transaksi di bank syariah tidak jauh beda dengan yang berlaku di bank konvensional, karena keduanya tetap harus mengikuti aturan perbankan yang berlaku secara umum. Namun, terdapat perbedaan mendasar antara keduanya, terutama dalam akad. Pada bank syariah, setiap transaksi wajib menggunakan akad yang sesuai dengan ketentuan dalam syariah islam, mengikuti prinsip dan kaidah yang diatur dalam fiqh muamalah. Akad-akad ini menjadi dasar dalam pengembangan berbagai produk perbankan yang ditawarkan kepada masyarakat (Agustin, 2021).

Dalam praktiknya, akad merupakan perjanjian yang mengaitkan kedua belah pihak yang memiliki kesepakatan, di mana setiap pihak memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi sebagaimana sudah disepakati sebelumnya. Jika salah satu pihak atau bahkan kedua belah pihak gagal memenuhi kewajibannya, maka mereka akan menerima konsekuensi sebagaimana yang telah diatur dalam akad tersebut. Dalam operasional bank syariah, akad yang digunakan umumnya terbagi menjadi dua jenis berdasarkan ada atau tidaknya kompensasi, yakni akad *tabarru'* yang berorientasi pada tolong-menolong serta akad tijarah yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (Ichsan, 2016). Pembagian ini sejalan dengan prinsip dalam fiqh muamalah yang mengatur segala bentuk transaksi dalam islam.

A. Akad Bank Syariah

1. Akad *Tabbaru*

Akad *tabbaru* bersumber dari kata *birr* dalam bahasa Arab yang berarti kebaikan. Akad ini mencakup transaksi yang bersifat *not for profit* atau nirlaba, di mana tujuan utamanya adalah tolong-menolong, bukan mencari keuntungan komersial (Ichsan, 2016). Pihak yang memberikan manfaat melalui akad *tabarru* tidak berhak mensyaratkan imbalan apa pun, sebab balasan yang diharapkan berasal dari Allah SWT, bukanlah dari manusia. Akan tetapi, mereka

diperbolehkan meminta penggantian biaya yang dikeluarkan dalam pelaksanaan akad, asalkan tidak mengambil keuntungan dari transaksi tersebut.

Sebagai akad yang berorientasi pada kebaikan, akad *tabarru* harus dijalankan tanpa tujuan mencari laba. Jika suatu transaksi yang semula bersifat *tabarru* mulai mengambil keuntungan komersial, maka secara prinsip akad tersebut berubah menjadi akad *tijarah*. Dengan demikian, meskipun bank syariah sebagai instansi keuangan bertujuan memperoleh keuntungan, akad *tabarru* tetap memiliki peran penting dalam mendukung transaksi komersial, misalnya sebagai penghubung dalam berbagai akad *tijarah*.

Akad *tabarru* dibagi dalam tiga kategori utama, yakni:

a. Transaksi Pinjaman Uang (*Lending*)

- 1) *Qardh*, pinjaman tanpa tambahan atau bunga sebab bunga dalam Islam dianggap riba yang diharamkan. Contohnya, pendanaan talangan haji dan qardhul hasan.
- 2) *Rahn*, pinjaman dengan jaminan atau agunan, seperti gadai emas.
- 3) *Hiwalah*, pemindahan utang dari satu pihak ke pihak lainnya, misalnya pengalihan utang antar kreditur.

b. Transaksi Pinjaman Jasa (*Lending Yourself*)

- 1) *Wakalah*, perwakilan atau pendelegasian wewenang, contohnya transaksi transfer uang dan kliring.
- 2) *Kafalah*, penjaminan suatu pihak pada pihak lain, seperti dalam penerbitan bank garansi dan *Letter of Credit* (L/C).
- 3) *Wadiah*, penitipan barang atau dana misalnya dalam produk tabungan wadiah dan *safe deposit box*.

c. Pemberian Tanpa Imbalan

Akad dalam kategori ini meliputi hibah, wakaf, sedekah, dan hidayah (Hadiyah). Akad-akad ini bertujuan untuk memperoleh pahala akhirat dan tidak dapat digunakan dalam transaksi komersial.

2. Akad Tijarah

Akad *tijarah* mencakup transaksi yang bertujuan mencari keuntungan (*for profit transaction*). Akad ini memiliki sifat komersial dan dipergunakan oleh bank syariah untuk memperoleh pendapatan. Berdasarkan kepastian hasil yang didapatkan, akad *tijarah* terbagi dalam dua jenis utama (Ichsan, 2016):

a. *Natural Certainty Contracts* (NCC)

Akad dalam kategori ini memiliki kepastian dalam keuntungan, jumlah, dan waktu pembayaran. Kedua belah pihak yang bertransaksi saling mempertukarkan asset dengan ketentuan yang jelas sejak awal, mencakup jumlah, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.

Beberapa jenis akad dalam kelompok ini meliputi:

- 1) *Al-Bai'Naqdan*, jual beli dengan pembayaran tunai serta serah terima barang dengan cara langsung.
- 2) *Al-Bai'Muajjal*, jual beli dengan pembayaran secara cicilan, di mana barang diserahkan terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan kemudian.
- 3) *Salam*, transaksi pesanan dengan cara bayar di muka serta penyerahan barang di lain hari.
- 4) *Istishna*, transaksi pesanan dengan penyerahan barang di lain hari, sementara pembayaran dapat dilaksanakan secara bertahap atau sekaligus di akhir akad.

b. *Natural Uncertainty Contracts* (NUC)

Akad dalam kategori NUC tidak memberikan kepastian pendapatan karena pihak-pihak yang terlibat mencampurkan asset dan menanggung risiko bersama. Keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan. Kontrak ini bersifat investasi, di mana pengembalian (*return*) tidak bersifat tetap atau pasti. Contoh akad dalam kategori ini meliputi:

- 1) *Musyarakah*, kolaborasi antara dua pihak ataupun lebih dengan modal serta keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan.

- 2) *Mudharabah*, kolaborasi antara pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola modal (mudharib), dengan laba dibagi berdasarkan Nisbah yang disepakati.
- 3) *Musaqah*, kerja sama dalam pengelolaan kebun, di mana pemilik tanah dan penggarap berbagi hasil panen.
- 4) *Mukharabah*, kerja sama pertanian dengan sistem bagi hasil berdasarkan kesepakatan.

Akad *tijarah* menjadi dasar utama dalam operasional bank syariah karena memberikan kepastian pendapatan. Namun, dalam praktiknya akad *tabarru* tetap diperlukan untuk memperlancar transaksi bisnis dan mendukung mekanisme akad *tijarah*. Dengan demikian, keduanya saling melengkapi dalam sistem perbankan syariah.

B. Produk Bank Syariah

1. Produk Penghimpunan Dana dari Masyarakat (*Funding*)

Produk penghimpunan dana yang ditawarkan bank syariah mempunyai kemiripan dengan bank konvensional, seperti giro, tabungan, dan deposito (Nofinawati, 2014). Akan tetapi, perbedaannya terletak pada prinsip serta akad yang dipergunakan, yang berdampak pada cara perolehan keuntungan dan sistem pengelolaan dana.

a. Giro Syariah

Giro adalah simpanan yang bisa ditarik sewaktu-waktu dengan cek, bilyet giro, atau instrument pembayaran yang lain. Dalam bank syariah, giro dijalankan sesuai prinsip syariah dengan dua akad utama, yaitu *wadiah* dan *mudharabah* (Nofinawati, 2014).

- 1) Giro *wadiah* adalah giro berbasis akad *wadiah yad dhamanah*, di mana dana nasabah dititipkan kepada bank dengan izin penggunaannya. Bank dapat memanfaatkan dana ini untuk kepentingan jangka pendek guna menjaga likuiditas, namun tidak digunakan dalam pembiayaan bagi hasil. Keuntungan yang diperoleh sepenuhnya menjadi milik bank, sementara

kerugian juga ditanggung bank. Sebagai bentuk apresiasi, bank dapat memberikan bonus pada nasabah, tetapi tidak bersifat mengikat atau dijanjikan sebelumnya.

- 2) Giro *Mudharabah* menggunakan akad *mudharabah*, di mana bank bertindak menjadi pihak yang mengelola dana (mudharib) sedangkan nasabah sebagai pemilik modal (shahibul maal). Keuntungan dibagi sesuai nisbah yang sudah ditentukan bersama, sedangkan biaya operasional ditanggung oleh bagian keuntungan bank. PPH bagi hasil langsung dibebankan ke rekening nasabah saat perhitungan dilakukan.

b. Tabungan Syariah

Tabungan syariah merupakan simpanan yang dikelola sesuai prinsip syariah dengan menerapkan akad *wadiah* dan *mudharabah*.

- 1) Tabungan *Wadiah* berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah*, bank dapat memanfaatkan dana untuk kepentingan jangka pendek tanpa kewajiban memberikan imbal hasil kepada nasabah. Namun, bank dapat memberikan bonus sebagai bentuk penghargaan tanpa adanya perjanjian sebelumnya. Tabungan *wadiah* memiliki fleksibilitas lebih rendah dibandingkan giro, karena tidak dapat ditarik dengan cek ataupun bilyet giro.
- 2) Tabungan *Mudharabah* mempergunakan akad *mudharabah muthlaqah*, di mana nasabah memberikan kebebasan kepada bank dalam mengelola dana untuk investasi. Keuntungan dibagi sesuai Nisbah yang sudah disetujui, dan dana tidak dapat dilakukan penarikan sewaktu-waktu karena memiliki jangka waktu tertentu. Produk tabungan ini umumnya digunakan untuk keperluan spesifik seperti tabungan haji atau tabungan pendidikan.

c. Deposito Syariah

Deposito syariah merupakan simpanan berjangka yang pengelolaannya berdasar pada akad *mudharabah*. Nasabah menyetorkan dana untuk jangka

waktu yang ditentukan, misalnya 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, atau 12 bulan, dan bank menginvestasikan dana tersebut. Keuntungan yang dihasilkan dibagi berdasarkan nisbah yang sudah disetujui di awal, sementara kerugian ditanggung oleh pihak yang memiliki modal kecuali terjadi kelalaian dari pihak bank.

2. Produk Penyaluran Dana kepada Masyarakat (*Financing*)

a. Produk Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Jual-Beli

Produk pembiayaan ini menggunakan mekanisme jual beli, di mana bank melakukan pembelian barang yang diperlukan nasabah untuk menunjuk nasabah sebagai agen pembelian atas nama bank. Setelah itu, bank melakukan penjualan barang tersebut pada nasabah dengan harga yang mencakup harga beli ditambah margin keuntungan. Akad yang digunakan yaitu *murabahah*, *salam*, dan *istishna* (Nofinawati, 2014).

- 1) Pembiayaan *Murabahah* yaitu akad jual beli yang mana bank menyebutkan harga pokok barang serta keuntungan yang sudah disetujui bersama nasabah. Bank bisa memberikan diskon jika nasabah melunasi cicilan lebih cepat. Jika bank memperoleh potongan harga dari pemasok setelah akad berlangsung, potongan tersebut dapat dibagi berdasarkan perjanjian antara bank dengan nasabah.
- 2) Pembiayaan *salam* merupakan akad jual beli yang mana cara bayarnya adalah di muka dan pengirimi barang di lain hari. Spesifikasi dan harga barang ditentukan sejak awal. Bank dapat bertindak sebagai penjual atau pembeli dan dapat melakukan salam paralel dengan pihak lain untuk memenuhi pesanan nasabah.
- 3) Pembiayaan *istishna* merupakan akad jual beli barang yang pembuatannya memerlukan proses produksi. Pembayaran dapat dilakukan di awal, secara bertahap, atau di akhir. Apabila bank bertindak sebagai penjual dan memesan barang dari pihak lain, maka dikatakan sebagai *istishna* paralel.

b. Produk Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Sewa-Menyewa

Prinsip ini menerapkan sistem sewa atas suatu produk dengan pembayaran imbalan tertentu tanpa memindahkan hak kepemilikan. Terdapat dua jenis pembiayaan:

- 1) Pembiayaan *Ijarah* adalah akad sewa menyewa antara bank sebagai pemilik barang dan nasabah sebagai penyewa dengan imbalan tertentu.
- 2) Pembiayaan *Ijarah Muntahia Bittamlik* (IMBT) adalah akad sewa yang disertai opsi pemindahan hak kepemilikan di akhir masa sewa. Pemindahan kepemilikan dapat dilakukan melalui hadiah, penjualan dengan harga yang setara dengan sisa cicilan, atau pembayaran bertahap sesuai akad.

c. Produk Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil

Prinsip ini mengatur sistem bagi hasil usaha antara penyedia dan pengelola dana. Akad yang digunakan antara lain:

- 1) Pembiayaan *Mudharabah* adalah akad kolaborasi antara pemilik modal (shahibul maal) serta pihak yang memiliki usaha (mudharib). Laba dibagi berdasarkan perjanjian, sedangkan kerugian ditanggung oleh pihak yang memiliki modal, kecuali jika disebabkan oleh kelalaian pihak yang mengelola. *Mudharabah* terbagi menjadi:
 - a) *Mudharabah muthlaqah*, pengelola bebas menentukan usaha tanpa batasan tertentu.
 - b) *Mudharabah Muqayyadah*, pemilik modal memberikan batasan dalam pengelolaan usaha.
- 2) Pendanaan *Musyarakah* merupakan akad kerja sama antara dua pihak ataupun lebih yang menggabungkan dana guna sebuah usaha. Keuntungan serta kerugian ditanggung bersama berdasarkan kesepakatan. *Musyarakah* dibagi dalam:
 - a) *Musyarakah* pemilikan, terjadi akibat warisan atau wasiat.

- b) *Musyarakah* akad, dibentuk berdasarkan kesepakatan bisnis.
 - d. Produk Pembiayaan menurut Prinsip Pinjam-Meminjam yang Bersifat Sosial *Qardh* merupakan pinjaman tanpa imbalan yang diberikan untuk keperluan sosial atau membantu usaha kecil (Nofinawati, 2014). Dana ini bersumber dari zakat, infak, dan sedekah. Pembiayaan ini bertujuan meringankan beban keuangan nasabah yang membutuhkan.
3. Produk Pelayanan Jasa (*Fee Based Income Product*)
- Produk ini mencakup layanan non-pembiayaan dari bank dengan prinsip (Nofinawati, 2014):
- 1) *Wakalah*, bank bertindak sebagai perwakilan nasabah dalam melakukan transaksi tertentu, seperti transfer dana.
 - 2) *Kafalah*, bank memberikan jaminan kepada pihak ketiga guna mencukupi kewajiban nasabah, contohnya dalam bentuk garansi bank.
 - 3) *Sharf*, pertukaran mata uang dengan nilai yang telah disepakati sesuai ketentuan syariah.
 - 4) *Hawalah*, pengalihan utang dari debitur pada pihak lainnya yang bersedia menanggungnya, diterapkan dalam layanan anjak piutang.
 - 5) *Rahn*, gadai atau jaminan utang dengan menahan barang milik peminjam sebagai agunan hingga utang dilunasi.

2.1.2. Perkembangan Bank Syariah

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan signifikan sejak awal kemunculannya (Tuzzuhro et al., 2023). Bank Muamalat Indonesia, yang berdiri pada tahun 1991 atas prakarsa Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), pengusaha Muslim, serta dukungan pemerintah, menjadi pionir perbankan berbasis syariah. Bank ini resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 dengan menerapkan prinsip larangan riba, gharar, dan maysir, serta menekankan konsep keadilan dan keberlanjutan ekonomi (Tuzzuhro et al., 2023). Kehadirannya menjadi tonggak awal perbankan syariah di Indonesia, meskipun pada masa itu kerangka hukum yang mengatur masih sangat terbatas, di mana UU No. 7 Tahun 1992 hanya

menyebutkan istilah “bank dengan sistem bagi hasil” tanpa penjelasan yang komprehensif.

Perkembangan regulasi yang lebih mendukung baru hadir melalui perubahan UU No. 10 Tahun 1998, yang memperkenalkan sistem perbankan ganda (*dual banking system*), sehingga bank konvensional dan bank syariah dapat berdiri berdampingan secara legal (Agus & Fitria, 2015). Regulasi ini membuka jalan bagi pertumbuhan bank syariah, yang kemudian diperkuat dengan hadirnya UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dengan dukungan regulasi yang semakin kokoh, jumlah lembaga keuangan syariah meningkat pesat. Pada periode 2009-2010, jumlah Bank Umum Syariah (BUS) bertambah dari 5 menjadi 11, dan per Juni 2015 tercatat 12 BUS, 22 Unit Usaha Syariah (UUS), serta 162 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Pertumbuhan ini menunjukkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan syariah, yang didukung oleh literasi keuangan, infrastruktur regulasi, dan pengawasan yang semakin baik (Agus & Fitria, 2015).

Momentum besar berikutnya terjadi pada 1 Februari 2021, ketika tiga bank syariah milik BUMN, yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri, digabungkan menjadi satu entitas baru bernama Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini dilaksanakan berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1999 tentang Merger, Konsolidasi, dan Akuisisi Bank. Merger dalam regulasi tersebut dimaknai sebagai penggabungan dua bank atau lebih dengan cara mempertahankan eksistensi salah satu bank dan membubarkan bank lainnya tanpa melalui proses likuidasi terlebih dahulu (Rantemangiling et al., 2022). Melalui proses ini, BSI lahir dengan tujuan memperkuat kapasitas permodalan, memperluas jangkauan layanan, serta menyatukan teknologi ketiga bank agar lebih kompetitif di tingkat global. Kehadiran BSI menjadi penanda transformasi besar insutri perbankan syariah di Indonesia.

Sejalan dengan terbentuknya BSI, perkembangan teknologi juga menjadi faktor utama dalam membentuk wajah baru industri perbankan syariah di era modern. Digitalisasi perbankan yang ditegaskan melalui POJK No. 12/POJK.03/2018 tentang

Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital mendorong bank syariah untuk menghadirkan layanan cepat, aman, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Melalui layanan digital banking, masyarakat kini dapat membuka rekening, melakukan transfer, pembayaran, hingga mengakses produk pembiayaan secara mandiri. Transformasi digital ini memberikan manfaat berupa efisiensi operasional, perluasan jangkauan pasar, dan penghematan biaya (Choirinisa, 2022).

Selain transformasi kelembagaan dan digital, bank syariah juga terus memperluas produk dan layanan agar lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat modern (Emalya, 2022). Untuk penghimpunan dana, tersedia tabungan, giro, dan deposito berbasis akad *wadiah* (titipan) maupun *mudharabah* (bagi hasil). Pada sisi pembiayaan, bank syariah menawarkan berbagai akad seperti *murabahah* (jual beli), *ijarah* (sewa), *istishna* (pembiayaan proyek), *musyarakah* (kemitraan) dan *mudharabah* (bagi hasil) yang dapat digunakan untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Di era digital, produk-produk tersebut semakin diperkaya dengan layanan kartu debit, *internet banking*, *mobile banking*, pembiayaan haji dan umrah, hingga integrasi dengan ekosistem *e-commerce* (Choirinisa, 2022). Dengan demikian, perkembangan perbankan syariah tidak hanya mencakup aspek kelembagaan dan regulasi, tetapi juga bertransformasi menjadi industri yang modern, adaptif, dan relevan dengan dinamika kebutuhan masyarakat masa kini.

2.2. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) atau Teori Perilaku yang Direncanakan dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (Meitiana, 2017) sebagai penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini menjelaskan bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Secara umum, TPB menjelaskan bagaimana persepsi individu terhadap suatu objek atau tindakan memengaruhi keputusan untuk bertindak (Wandayu et al., 2019). Setiap individu

memiliki pandangan dan keyakinan yang berbeda dalam merespon suatu perilaku, sehingga tindakan yang diambil merupakan hasil pertimbangan pribadi yang rasional (Alimbudiono & Ria, 2019).

Dalam kerangka TPB, sikap terhadap perilaku menggambarkan sejauh mana individu memandang suatu perilaku sebagai sesuatu yang menguntungkan atau merugikan. Pengetahuan yang dimiliki individu berperan penting dalam membentuk sikap tersebut. Semakin baik pemahaman terhadap layanan digital bank syariah, semakin positif pula sikap dalam menilai manfaat maupun risiko penggunaannya. Selain itu, faktor psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FOMO) juga dapat memengaruhi sikap, karena dorongan untuk tidak tertinggal dari tren sosial dan perkembangan teknologi sering kali menjadi motivasi dalam mengambil keputusan (Alimbudiono & Ria, 2019).

Sikap yang terbentuk dari pengetahuan dan FOMO berperan dalam menentukan niat untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Hal ini sesuai dengan dengan dasar utama TPB bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap suatu perilaku, maka semakin besar kemungkinan munculnya niat untuk bertindak (Wandayu et al., 2019). Oleh karena itu, dalam penelitian ini sikap diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan hubungan antara pengetahuan dan FOMO dengan niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Tujuan penggunaan TPB dalam penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana faktor pengetahuan dan FOMO dapat memengaruhi sikap, serta bagaimana sikap tersebut pada akhirnya membentuk niat dalam menggunakan layanan digital bank syariah (Meitiana, 2017).

2.3. Definisi Operasional Variabel

2.3.1. Pengetahuan (Knowledge)

Pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang tersimpan dalam memori seseorang (Sunyoto & Saksono, 2022). Secara umum, pengetahuan merupakan hasil dari pengalaman yang diperoleh melalui berbagai peristiwa dalam kehidupan, yang kemudian menjadi dasar dalam pembentukan sikap individu. Tingkat pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pendidikan, keyakinan,

lingkungan sosial, dan sebagainya. Selain itu, pengetahuan juga dipahami sebagai informasi yang diberikan kepada seseorang terkait kebenaran atau ketepatan suatu tindakan (Rosyidah et al., 2019).

Dalam kaitannya dengan pembentukan pengetahuan, aktivitas berpikir memegang peran yang sangat penting. Pikiran merupakan sumber utama dari pengetahuan, sementara pengetahuan itu sendiri memberi umpan balik bagi proses berpikir (Aulia, 2022). Interaksi antara keduanya berlangsung secara dinamis dan terus menerus, membentuk pola perkembangan pengetahuan yang bersifat kumulatif. Oleh karena itu, kemampuan berpikir kritis menjadi aspek fundamental dalam proses memperoleh pengetahuan yang benar. Melalui penalaran yang logis dan berlandaskan pada fakta, seseorang dapat menarik kesimpulan yang sah secara ilmiah, sehingga pengetahuan yang dihasilkan memiliki validitas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pengetahuan yang terbentuk dari proses berpikir ini tidak hanya tersimpan dalam benak individu secara kognitif dan afektif, tetapi juga berperan penting dalam kehidupan sosial. Pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat dikomunikasikan kepada orang lain, baik melalui bahasa maupun tindakan, sehingga terjadi pertukaran informasi yang memperkaya wawasan kolektif. Dalam jangka panjang, proses ini berkontribusi pada pembentukan kebiasaan, nilai, dan budaya yang diwariskan secara turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya, serta membentuk struktur sosial yang lebih berpengetahuan (Octaviana & Ramadhani, 2021).

Tidak hanya berfungsi dalam ranah sosial dan budaya, pengetahuan juga memiliki peran penting dalam memengaruhi seseorang membuat keputusan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam konteks sebagai konsumen. Pengetahuan yang dimiliki individu tentang suatu produk atau layanan yang sering disebut sebagai pengetahuan konsumen mencakup informasi yang tersimpan dalam memori, seperti pemahaman tentang karakteristik produk, cara memperolehnya, serta cara penggunaannya secara optimal. Individu dengan tingkat pengetahuan yang tinggi cenderung lebih mampu membandingkan pilihan secara rasional, sedangkan individu

dengan pengetahuan terbatas lebih rentan terhadap pengaruh eksternal saat mengambil keputusan (Pambudi et al., 2023).

Sejalan dengan itu, secara filosofis pengetahuan merupakan aspek esensial dari eksistensi manusia karena berasal dari hasil aktivitas berpikir. Pengetahuan tidak hanya terbatas pada apa yang diperoleh melalui pengalaman langsung, tetapi juga dapat muncul dari hasil perenungan rasional. Dalam hal ini, pengetahuan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pengetahuan empiris dan pengetahuan rasional (Aulia, 2022). Pengetahuan empiris didasarkan pada pengalaman indrawi serta observasi terhadap kenyataan objektif, yang disebut sebagai pengetahuan aposteriori. Sementara itu, pengetahuan rasional bersifat apriori, yaitu diperoleh melalui kemampuan bernalar tanpa harus melalui pengalaman empiris. Keduanya saling melengkapi dalam membentuk kerangka berpikir manusia yang utuh dan menyeluruh.

2.3.2. *Fear of Missing Out (FOMO)*

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan fenomena psikologis yang menggambarkan perasaan cemas atau takut tertinggal dari informasi atau pengalaman penting yang sedang terjadi di sekitar individu (Oktawiranti et al., 2025). Perasaan ini muncul sebagai dorongan untuk selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain, terutama di era digital yang serba terhubung melalui media sosial. Dalam konteks kehidupan modern, FOMO bukan hanya sekedar keinginan untuk mengikuti tren, tetapi juga mencerminkan kebutuhan untuk merasa relevan dan menjadi bagian dari komunitas sosial. Kecemasan ini sering kali mendorong seseorang untuk terus memantau aktivitas di media sosial agar tidak merasa tertinggal, yang pada akhirnya dapat memengaruhi cara pandang dan perilaku sehari-hari, termasuk dalam konteks penggunaan layanan digital.

Hadirnya media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *platform* lainnya memperkuat munculnya FOMO, karena berbagai informasi, tren, dan aktivitas pengguna dapat diakses dengan cepat dan mudah. Generasi muda khususnya mahasiswa sebagai bagian dari generasi native seringkali menjadi kelompok yang rentan mengalami FOMO karena tumbuh di era teknologi informasi yang begitu pesat

(Perdana et al., 2024). Rasa takut tertinggal membuat generasi muda cenderung aktif mengikuti berbagai tren dan informasi yang ada, termasuk mengenai layanan keuangan digital seperti layanan perbankan syariah. Keinginan untuk selalu *up-to-date* dengan perkembangan terbaru, termasuk layanan keuangan digital, dapat muncul karena dorongan untuk tidak ketinggalan dari teman-teman atau lingkungannya (Perdana et al., 2024).

FOMO juga memengaruhi perilaku individu dalam memanfaatkan teknologi, khususnya layanan digital bank syariah. Generasi muda yang merasa tertinggal jika tidak menggunakan layanan digital yang populer cenderung terdorong untuk ikut serta agar tidak merasa ketinggalan zaman (Cahyadi, 2021). Dalam hal ini, kehadiran teknologi seperti *mobile banking* atau aplikasi pembayaran digital seringkali menjadi solusi praktis yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Rasa ingin tahu terhadap inovasi dan fitur-fitur terbaru dari layanan digital tersebut diperkuat dengan prasaan takut tertinggal, sehingga pada akhirnya memengaruhi sikap generasi muda terhadap layanan digital bank syariah.

FOMO tidak hanya memengaruhi sikap seseorang, tetapi juga berdampak pada minat individu dalam menggunakan teknologi baru. Tingginya tingkat FOMO seringkali membuat sebagian orang cenderung antusias mengikuti berbagai tren teknologi, termasuk layanan digital yang sedang populer (Oktawiranti et al., 2025). Dorongan untuk memperoleh informasi terbaru dan tidak melewatkan kesempatan yang ada akan membuat individu terdorong untuk mencoba layanan-layanan yang sedang populer. Oleh karena itu, pemahaman tentang FOMO penting dalam menjelaskan bagaimana perasaan cemas tertinggal ini dapat membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat dalam menghadapi perkembangan teknologi yang pesat.

2.3.3. Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan suatu layanan, termasuk layanan digital bank syariah. Sikap adalah ekspresi perasaan individu yang mencerminkan kesukaan atau ketidaksukaan terhadap suatu objek (Annisawati & Ayuninda, 2019). Dalam konteks

ini, sikap seseorang terhadap layanan digital bank syariah dapat mencerminkan sejauh mana individu menerima atau menolak teknologi yang ditawarkan. Oleh karena itu, sikap menjadi indikator awal dalam menilai kemungkinan seseorang untuk menggunakan layanan tersebut.

Tidak hanya sebagai ekspresi perasaan, sikap konsumen juga mencerminkan tindakan yang dilakukan secara langsung dalam rangka memperoleh, memanfaatkan, dan menghabiskan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini termasuk dalam proses pengambilan keputusan yang melibatkan berbagai pertimbangan baik secara rasional maupun emosional (Adnan, 2018). Dengan demikian, sikap tidak hanya terbentuk dari persepsi semata, melainkan juga dari pengalaman dan interaksi nyata yang dialami konsumen terhadap layanan digital bank syariah. Sikap yang terbentuk ini kemudian akan memengaruhi niat dan tindakan konsumen dalam mengadopsi layanan tersebut.

Sikap konsumen dapat terlihat dari tanggapan emosional terhadap berbagai aspek produk atau jasa, seperti kualitas, reputasi merek, harga, hingga promosi dan iklan yang disampaikan oleh perusahaan (Saktiana & Miftahuddin, 2021). Sikap positif terhadap aspek-aspek tersebut akan mendorong ketertarikan dan kepercayaan konsumen terhadap layanan digital bank syariah. Sebaliknya, jika konsumen memiliki pengalaman negatif atau persepsi yang kurang baik, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan sikap resistif terhadap penggunaan layanan. Dengan demikian, kualitas pengalaman dan komunikasi perusahaan menjadi faktor penting dalam membentuk sikap yang menguntungkan.

Dalam konteks perilaku konsumen yang lebih kompleks, sikap dapat dijelaskan melalui tiga komponen utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (Saktiana & Miftahuddin, 2021). Komponen kognitif meliputi pengetahuan dan keyakinan konsumen terhadap suatu layanan, sedangkan komponen afektif mencerminkan emosi dan perasaan yang muncul. Sementara itu, konatif berkaitan dengan niat dan kecenderungan perilaku konsumen terhadap produk atau layanan. Ketiga aspek ini saling memengaruhi dan membentuk sikap yang stabil dalam jangka waktu tertentu.

Selain itu, pengalaman masa lalu, informasi yang diterima, serta interaksi sosial turut membentuk dan mengubah sikap konsumen terhadap layanan digital bank syariah, yang pada akhirnya akan berdampak pada keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

2.3.4. Niat Menggunakan

Niat dapat diartikan sebagai dorongan internal yang muncul akibat ketertarikan seseorang terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu, yang dilakukan secara sukarela tanpa adanya tekanan dari pihak luar (Atieq & Nurpiani, 2022). Niat secara umum merupakan dorongan internal yang muncul dari dalam diri seseorang terhadap suatu objek, aktivitas atau gagasan yang dianggap menarik dan menyenangkan. Niat mencerminkan ketertarikan individu yang bersifat relatif stabil dan dapat mempengaruhi kecenderungan dalam berpikir, merasa, dan bertindak. Konsep ini banyak digunakan dalam berbagai bidang seperti psikologi, pendidikan, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Dengan demikian, minat menjadi aspek penting dalam memahami perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Niat memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain bersifat subjektif, relatif stabil dalam jangka waktu tertentu, dan dapat berkembang seiring pengalaman atau informasi yang diterima. Niat juga sering kali berkaitan erat dengan emosi positif seperti rasa senang, penasaraan, dan kepuasan. Ketika seseorang memiliki niat terhadap sesuatu, maka akan cenderung memperhatikan, memikirkan, dan terlibat dalam aktivitas tersebut secara sukarela. Niat merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi arah perilaku dan pilihan individu (Zaenudin & Ulfah, 2020). Oleh karena itu, minat dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan dan pembentukan preferensi seseorang.

Niat tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik dari dalam maupun dari luar individu. Faktor internal meliputi kepribadian, nilai-nilai yang dianut, pengalaman pribadi, serta kebutuhan atau tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan faktor dari luar dapat berupa lingkungan sosial, media massa, interaksi

dengan orang lain, serta pengalaman belajar atau bekerja. Niat seseorang terhadap suatu kegiatan atau objek dipengaruhi oleh sesuatu yang menarik (Nurdi et al., 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa niat dapat dibentuk dan dikembangkan melalui lingkungan yang kondusif dan stimulatif.

Niat memiliki peran penting dalam kegiatan individu karena dapat memengaruhi orientasi, pilihan aktivitas, dan tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu hal. Individu yang memiliki niat cenderung lebih termotivasi, gigih, dan menikmati proses dalam menjalankan aktivitas yang diminatinya. Niat juga menjadi dasar dalam pengembangan potensi diri, perencanaan karir, hingga pencapaian kepuasan hidup. Oleh karena itu, mengenali dan memahami minat sejak awal sangat penting dalam merancang kehidupan yang bermakna dan produktif. Dalam konteks yang lebih luas, pemahaman tentang minat juga bermanfaat bagi seseorang dalam memilih suatu objek yang disukai secara lebih efektif.

2.4. Penelitian Terdahulu

Untuk memastikan bahwa penelitian ini memiliki kebaruan dan tidak sama dengan penelitian sebelumnya, peneliti menggunakan beberapa studi terdahulu sebagai referensi yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Adapun penelitian tersebut disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Kesimpulan
1	Ayu Laynda Saputri, Asep Risman, 2025	The Personal Finance Behavioral: Digital Finance, Financial Knowledge and Financial Attitudes	Metode penelitian kuantitatif	Pengetahuan keuangan turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, yang mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang berperan penting dalam membentuk dan mengarahkan perilaku keuangan yang dijalankannya.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Kesimpulan
2	Hendra Novian, Muhamad Wardany Anwar, Fauzi, Rita Irvianti	Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)	Metode penelitian kuantitatif	Pengetahuan setiap jenis produk tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI), yang berarti nilai minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan setiap jenis produk tabungan.
3	Rizky Agung Pambudi, Mila Fursiana Salma Musfiroh, Titik Hinawati, Ainun Khabib, 2023	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, keamanan, dan Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia	Metode penelitian kuantitatif	Hasil hipotesis menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan mobile banking. Artinya pengetahuan mahasiswa tentang kegunaan/manfaat mobile banking mempengaruhi mereka untuk menggunakan mobile banking.
4	Andi Ferdyan Paradisa, Itsnaini Chusnus Khotimah, 2023	Pengaruh Pengetahuan Tentang Aplikasi Teknologi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa PBS (IAIQI))	Metode Penelitian Kuantitatif	Pengetahuan tentang aplikasi perbankan syariah berpengaruh secara positif terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah. Artinya bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap aplikasi teknologi perbankan syariah tentang minat menabung di bank syariah.
5	Ardiani Ika Sulistyawati, Yuntika L.E. Dini, Dian	Deteksi Minat Menabung di Bank Syariah: Suatu Kajian Empiris	Metode Penelitian Kuantitatif	Pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. untuk

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Kesimpulan
	Triyani, Rr. Lulus Prapti NSS, Aprih Santoso, 2022			menambah minat nasabah agar tertarik menabung di bank syariah, sebaiknya dapat mempertimbangkan faktor pengetahuan produk karena faktor tersebut dapat menjadi indikasi yang dapat menarik minat nasabah menabung di bank syariah.
6	Rangga Yoga Pandawa, 2025	Pengaruh Kualitas Layanan dan FOMO Terhadap Minat Penggunaan Bank Digital di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi	Metode penelitian kuantitatif	FOMO terbukti signifikan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap bank digital. Ketakutan untuk tertinggal informasi atau tren baru mendorong individu untuk selalu memperbarui pengalaman mereka dengan layanan keuangan berbasis digital.
7	Anggi Oktawiranti, Rahmawati, Gusti Noorlitaria Achmad, Saida Zaiinurossalamia, 2025	Exploring the factors influencing the intention to use digital banking: The role of resonance FOMO as a moderator	Metode penelitian kuantitatif	Niat untuk menggunakan layanan perbankan digital terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku aktual dalam penggunaannya. Dalam hubungan ini, Resonance FOMO (Fear of Missing Out) berperan sebagai moderator yang memperkuat pengaruh antara niat dan tindakan, sehingga individu yang mengalami FOMO cenderung lebih mungkin mewujudkan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Kesimpulan
				niatnya menjadi perilaku nyata dalam menggunakan layanan perbankan digital.
8	Renata Zoraifi, Ignatius Wiseto Prasetyo Agung, Samsul Arifin, 2024	Exploring the Impact of Fear of Missing Out on Perceived Ease of Use and Usage Decisions in Digital Platforms	Metode penelitian kuantitatif	Fear of Missing Out (FOMO) memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap keputusan penggunaan teknologi di kalangan generasi z, melalui persepsi kemudahan penggunaan. FOMO mendorong keterlibatan pengguna dengan platform digital yang menarik secara psikologis dan mudah digunakan
9	Istyakara Muslichah, Soliha Sanusi, 2019	The effect of religiosity and financial literacy on intention to use Islamic banking products	Metode penelitian kuantitatif	Religiositas, literasi keuangan, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap niat pelaku industri untuk menggunakan produk perbankan syariah, dengan literasi keuangan menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan minat tersebut.
10	Nugzar Todua, Nino Gogitidze, 2024	Consumer Attitude Towards Digital Banking Services (Case of Georgia)	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel utama seperti kesadaran, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan aktivitas pemasaran media sosial berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Kesimpulan
				perbankan digital. Semakin tinggi kesadaran konsumen terhadap layanan perbankan digital, semakin besar pula niat untuk menggunakannya.

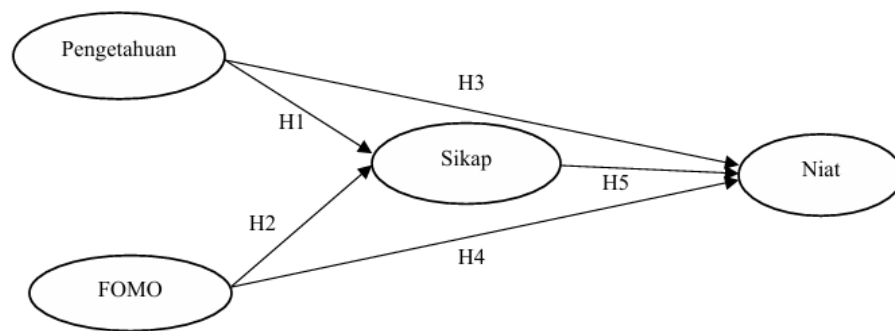
Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan tentang produk dan layanan perbankan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dan masyarakat untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Selain itu fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) juga terbukti dapat mendorong minat individu dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai fitur, manfaat, serta kemudahan teknologi perbankan syariah menjadi faktor penting dalam membentuk sikap dan niat menggunakan layanan tersebut. Penelitian sebelumnya sebagian besar menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei atau kuesioner, yang relevan untuk diterapkan pada penelitian ini. Namun, perbedaan penting dalam penelitian ini terletak pada model analisis yang dikembangkan, di mana pengetahuan dan FOMO tidak hanya dianalisis secara langsung terhadap niat, tetapi juga dihubungkan secara tidak langsung melalui variabel mediasi yaitu sikap terhadap layanan digital bank syariah. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dan lebih komprehensif dalam menjelaskan mekanisme pengaruh antar variabel, serta memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang membentuk niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

2.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran mengenai bagaimana teori-teori yang ada saling berkaitan dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan penting dalam penelitian (Machali, 2021). Layanan digital bank syariah hadir sebagai solusi perbankan untuk memberikan kemudahan, kepraktisan, dan

kenyamanan kepada nasabah dalam betransaksi sesuai dengan prinsip syariah. Pemahaman atau pengetahuan tentang layanan, disertai dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat membentuk sikap positif dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Sikap yang terbentuk tersebut akhirnya dapat mendorong minat untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.6.Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap permasalahan penelitian, yang kebenarannya perlu dibuktikan melalui pengujian data empiris (Machali, 2021). Oleh karena itu, hipotesis dirumuskan dalam bentuk pernyataan berdasarkan teori-teori yang relevan. Pernyataan ini disebut sementara karena masih memerlukan pembuktian melalui pengumpulan dan analisis data. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disajikan, peneliti menduga bahwa pengetahuan tentang layanan digital bank syariah dan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh terhadap sikap dalam menggunakan layanan digital bank syariah, dan sikap tersebut pada akhirnya berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah.

H1: Pengetahuan tentang layanan digital bank syariah berpengaruh positif terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

H2: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

H3: Pengetahuan tentang layanan digital bank syariah berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital.

H4: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

H5: Sikap mahasiswa terhadap layanan digital bank syariah berpengaruh positif terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif dan sistematis. Pendekatan kuantitatif menekankan pada penggunaan data numerik dalam seluruh tahapan penelitian, mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga penarikan kesimpulan (Machali, 2021). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya dalam memberikan gambaran yang akurat mengenai fenomena yang diteliti, serta memungkinkan generalisasi temuan terhadap populasi yang lebih luas. Selain itu, instrument pengumpulan data disusun secara terstruktur dan terstandar, sehingga memungkinkan pengujian validitas dan reliabilitas secara sistematis. Desain penelitian yang digunakan adalah desain survei, yaitu suatu metode penelitian yang mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Desain ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi atau fenomena yang sedang berlangsung berdasarkan tanggapan langsung dari responden. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan dengan skala pengukuran tertentu guna memperoleh data yang terstandar dan mudah dianalisis.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh kelompok individu yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran utama untuk diteliti (Machali, 2021). Populasi dipahami sebagai keseluruhan subjek penelitian yang memiliki kesamaan karakteristik dan relevan dengan topik yang sedang dikaji. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa, karena dianggap relevan dengan fokus penelitian serta memiliki potensi untuk memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan analisis. Mahasiswa dipilih karena merupakan kelompok yang dekat dengan

fenomena yang diteliti serta mudah dijangkau dalam proses pengumpulan data. Jumlah populasi dalam penelitian ini tercatat sebanyak 340 responden.

Untuk memperoleh data yang lebih terarah, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling, yaitu *purposive sampling*. Teknik ini memungkinkan peneliti secara sengaja memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan variabel penelitian (Machali, 2021). Pemilihan teknik *purposive sampling* didasarkan pada kenyataan bahwa tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan data. Oleh karena itu, penyaringan responden diperlukan agar data yang diperoleh lebih relevan dan mudah dianalisis. Adapun kriteria tersebut mencakup keterlibatan responden dalam aktivitas yang berkaitan dengan layanan perbankan syariah digital, tingkat pengetahuan, serta pengalaman yang relevan dengan fenomena yang diteliti.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dari total populasi sebanyak 340 responden, hanya 203 responden yang sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 203 responden. Meskipun tidak bersifat acak, *purposive sampling* tetap mampu menghasilkan data yang valid apabila kriterianya diterapkan secara konsisten (Machali, 2021). Dengan demikian, pemilihan sampel yang tepat berperan penting dalam memastikan bahwa data yang terkumpul benar-benar mencerminkan tujuan dan kontes penelitian.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebagai instrument utama, dengan sumber data primer yang diperoleh langsung dari responden (Sianipar, 2019). Kuesioner disebarikan secara daring menggunakan platform *Google Form*, yang dipilih karena mampu memberikan kemudahan akses, fleksibilitas dalam pengisian, serta efisiensi dari segi waktu. Metode pengumpulan data secara online ini dinilai sesuai dengan karakteristik responden, yaitu mahasiswa yang umumnya memiliki keterampilan digital dan terbiasa menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

Untuk memastikan keterukuran dan konsistensi data, seluruh item dalam kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan menggunakan skala Likert 4 poin. Skala ini terdiri atas pilihan: 1= Sangat Setuju, 2= Setuju, 3= Tidak Setuju, dan 4= Sangat Tidak Setuju. Pemilihan skala Likert empat poin bertujuan untuk mendorong responden memberikan pendapat secara lebih tegas, tanpa pilihan netral, sehingga interpretasi data menjadi lebih jelas dan informatif.

Kuesioner ini disusun dalam beberapa bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan demografis, yang mencakup informasi dasar responden seperti nama, jenis kelamin, usia, agama, asal daerah, pekerjaan, serta kepemilikan rekening di bank syariah. Data ini diperlukan untuk memahami latar belakang responden yang dapat memengaruhi persepsi terhadap topik penelitian. Bagian kedua berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili indikator masing-masing variabel penelitian. Variabel pengetahuan memuat pernyataan mengenai tingkat pemahaman responden terhadap konsep dan layanan digital bank syariah. Variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) mencerminkan sejauh mana responden merasa khawatir tertinggal dalam mengikuti tren *digital banking* berbasis syariah. Selanjutnya, variabel sikap mengukur pandangan dan penilaian responden terhadap layanan digital bank syariah, baik dari segi kemanfaatan, kepercayaan, maupun kemudahan penggunaan. Variabel minat digunakan untuk mengetahui tingkat keinginan responden dalam menggunakan layanan digital perbankan syariah di masa yang akan datang.

3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode PLS-SEM dikenal sebagai metode *soft modeling* yang fleksibel dan tidak mengharuskan data memiliki distribusi normal multivariat, sehingga cocok digunakan pada data dengan skala pengukuran yang bervariasi, seperti nominal, ordinal, interval, rasio, maupun kategori (Sarstedt et al., 2020). Metode ini juga mampu mengatasi permasalahan multikolinearitas antar variabel bebas, serta tidak mensyaratkan jumlah sampel minimum karena menggunakan teknik *bootstrapping*

untuk mengestimasi parameter model. Oleh karena itu, PLS-SEM dinilai sebagai teknik yang kuat (*powerful*) dan relevan untuk penelitian eksploratif, khususnya yang melibatkan model kompleks dan jumlah sampel yang relatif kecil (Sarstedt et al., 2020). Analisis dalam PLS-SEM terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer model* digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator dalam merepresentasikan konstruk laten, sementara *inner model* digunakan untuk menguji hubungan kausal antar konstruk laten serta menguji hipotesis dalam kerangka prediktif. SmartPLS sebagai perangkat lunak analisis memfasilitasi proses ini secara visual dan numerik, sehingga memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan hasil dan mengembangkan teori berdasarkan temuan empiris.

3.4.1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *outer model* atau model pengukuran bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam analisis model pengukuran adalah analisis faktor konfirmatori dengan metode *Multi-Trait Multi-Method* (MTMM), yang menitikberatkan pada pengujian validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Selain itu, uji reliabilitas juga dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen, melalui dua pendekatan, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Ghozali & Latan, 2015).

Validitas konvergen (*convergent validity*) mengacu pada tingkat korelasi antara indikator dengan konstruk yang diukur. Hal ini ditunjukkan melalui nilai *standardized loading factor*, yang merepresentasikan kekuatan hubungan antara masing-masing indikator terhadap konstraknya. Indikator dikatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila memiliki nilai loading di atas 0,70. Namun demikian, nilai loading antaran 0,050 hingga 0,60 masih dapat diterima dalam kondisi tertentu (Ghozali & Latan, 2015). Selain melalui nilai *loading*, validitas konvergen juga dapat dievaluasi dengan melihat nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Sebuah konstruk dianggap memiliki

validitas konvergen yang memadai apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50, yang menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya (Hair et al., 2017).

Sementara itu, validitas diskriminan (*discriminant validity*) bertujuan untuk memastikan bahwa masing-masing konstruk dalam model memiliki indikator yang benar-benar unik dan berbeda dari konstruk lainnya. Evaluasi validitas diskriminan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *cross loading*, yaitu korelasi antara indikator dengan konstruk lainnya (Ghozali & Latan, 2015). Apabila indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi terhadap konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lain, maka hal tersebut mengindikasikan adanya validitas diskriminan. Selain itu, metode lain yang umum digunakan adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE dengan korelasi antar konstruk. Jika nilai akar AVE suatu konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, maka validitas diskriminan telah terpenuhi, sesuai dengan kriteria *Fornell-Larcker*.

Selain validitas, aspek reliabilitas juga menjadi perhatian dalam analisis *outer model*. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu konstruk diukur secara konsisten oleh indikator-indikatornya. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur akurasi, konsistensi, dan stabilitas instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam hal ini, reliabilitas konstruk dengan indikator reflektif dapat diuji melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila kedua nilai tersebut melebihi 0,70 (Ghozali & Latan, 2015).

3.4.2. Model Struktural (*Inner Model*)

Mode struktural atau *inner model* merupakan bagian dari pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan untuk menguji dan memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten dalam suatu model penelitian (Ghozali & Latan, 2015). Model ini dirancang berdasarkan teori substantif yang mendasari hubungan antar konstruk, sehingga setiap hubungan antar variabel laten mencerminkan keterkaitan teoritis yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengujian model struktural menjadi krusial

dalam menentukan kekuatan dan arah hubungan antar variabel, serta menilai sejauh mana variabel eksogen mampu menjelaskan varian dari variabel endogen dalam model.

Salah satu ukuran yang digunakan dalam evaluasi model struktural adalah nilai *R-square* pada konstruk endogen, yaitu variabel laten yang diposisikan sebagai variabel dependen. Nilai ini merepresentasikan proporsi varian dari variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model. Semakin tinggi nilai *R-square*, maka semakin besar pula kontribusi variabel eksogen terhadap perubahan variabel endogen, yang menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang baik. Interpretasi nilai *R-square* dalam konteks model struktural memiliki kesamaan dengan interpretasi dalam analisis regresi, yaitu semakin tinggi nilai tersebut, semakin kuat pengaruh konstruk independen terhadap konstruk dependen (Ghozali & Latan, 2015).

Selain *R-square*, salah satu tahapan penting dalam analisis adalah mengukur besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Untuk tujuan tersebut, digunakan nilai f^2 (*effect size*) sebagai indikator kekuatan pengaruh masing-masing variabel laten. Nilai f^2 membantu menunjukkan seberapa besar kontribusi suatu variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, serta seberapa penting variabel tersebut dalam model struktural yang dibangun. Penggunaan f^2 memberikan gambaran yang lebih terfokus mengenai efek individu tiap variabel, sehingga mendukung interpretasi hasil analisis secara lebih komprehensif (Ghozali & Latan, 2015).

Pengujian hipotesis dalam model struktural dilakukan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS), yang dioperasikan melalui perangkat lunak SmartPLS. Proses pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antar konstruk laten yang dibangun dalam model memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Evaluasi hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai *t-statistik* yang dihasilkan dari proses *bootstrapping* dengan nilai *t-table*, yaitu nilai batas kritis yang ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi dan derajat kebebasan tertentu. Jika nilai *t-statistik* lebih besar dari *t-table*, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh antar konstruk tersebut signifikan dan

hipotesis diterima. Selain menggunakan *t-statistik*, pengujian juga dapat dilakukan dengan melihat nilai *P-value*, yaitu angka yang menunjukkan probabilitas bahwa hasil yang diperoleh terjadi secara kebetulan. Apabila nilai *P-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, misalnya 0,05 maka hipotesis dinyatakan signifikan dan dapat diterima. Melalui tahapan ini, model struktural dapat diuji secara komprehensif, sehingga diperoleh pemahaman yang jelas mengenai arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan kausal antar konstruk dalam model penelitian (Maqfiro et al., 2021).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskripsi Responden

Bagian ini menyajikan informasi secara menyeluruh mengenai karakteristik responden yang berkaitan dengan penelitian.

4.1.1. Karakteristik Responden

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dalam membuka rekening, dengan kriteria utamanya adalah mahasiswa. Proses penyebaran kuesioner dilakukan selama periode tanggal 31 Mei hingga 10 Juni 2025. Responden yang menjadi sasaran adalah individu yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu yang berada dalam usia produktif dan memiliki potensi untuk menjadi nasabah bank syariah. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan mengenai minat calon nasabah terhadap layanan digital bank syariah.

Metode distribusi kuesioner dilakukan secara daring dan luring guna menjangkau responden secara lebih luas dan merata (Sianipar, 2019). Penyebaran daring dilakukan melalui *platform forms* yang disebarluaskan menggunakan media sosial. Sementara itu, distribusi secara luring dilakukan di lingkungan kampus. Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan keberagaman responden sesuai dengan populasi yang dituju dalam penelitian. Selama masa pengumpulan data, sebanyak 203 responden tercatat telah mengisi kuesioner yang disediakan.

Tabel 4. 1 Profil Responden

Karakteristik	Kelompok	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	21
	Perempuan	161	79
	Total	203	100
Usia	17-22	154	76
	23-28	47	23

Karakteristik	Kelompok	Jumlah	Persentase
	>29	2	1
	Total	203	100
Asal Daerah	Jawa	161	79
	Sumatera	26	13
	Kalimantan	8	4
	Sulawesi	5	2
	Nusa Tenggara dan Bali	3	1
	Total	203	100
Apakah sudah memiliki rekening bank syariah?	Sudah	108	53
	Belum	95	47
	Total	203	100

Sumber: Data diolah, 2025

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebesar 79 persen, sedangkan responden laki-laki berjumlah 21 persen. Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 17 hingga 22 tahun, yakni sebesar 76 persen, diikuti oleh usia 23 hingga 28 tahun sebesar 23 persen, dan sisanya sebanyak 1 persen berusia di atas 29 tahun. Seluruh responden merupakan mahasiswa, sehingga distribusi usia ini sesuai dengan karakteristik populasi yang diteliti. Sebanyak 79 persen responden berasal dari Pulau Jawa, sedangkan 21 persen berasal dari wilayah lain yaitu Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, serta Nusa Tenggara dan Bali. Proporsi ini mencerminkan distribusi penduduk Indonesia yang memang mayoritas berdomisili di Pulau Jawa, sehingga hasil penelitian dapat dianggap mewakili populasi mahasiswa secara nasional. Selain itu, sebanyak 53 persen responden telah memiliki rekening di bank syariah, sementara 47 persen belum memilikinya. Informasi ini memberikan gambaran awal karakteristik responden yang relevan dalam mendukung fokus penelitian.

4.1.2. Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4. 2 Deskripsi Jawaban Responden

Item	Mean	Median	Min	Max	Standar Deviasi
P1	2,970	3,000	1,000	4,000	0,627
P2	2,961	3,000	1,000	4,000	0,665
P3	2,764	3,000	1,000	4,000	0,917
P4	2,980	3,000	1,000	4,000	0,651
P5	3,167	3,000	1,000	4,000	0,660
P6	2,611	3,000	1,000	4,000	0,837
FOMO1	2,926	3,000	1,000	4,000	0,650
FOMO2	2,493	2,000	1,000	4,000	0,739
FOMO3	3,123	3,000	1,000	4,000	0,620
FOMO4	2,443	2,000	1,000	4,000	0,866
FOMO5	3,000	3,000	1,000	4,000	0,680
FOMO6	2,665	3,000	1,000	4,000	0,779
FOMO7	2,867	3,000	1,000	4,000	0,761
S1	3,300	3,000	2,000	4,000	0,490
S2	3,251	3,000	1,000	4,000	0,553
S3	3,192	3,000	1,000	4,000	0,602
S4	3,271	3,000	1,000	4,000	0,596
S5	3,246	3,000	1,000	4,000	0,586
S6	3,261	3,000	1,000	4,000	0,592
N1	3,197	3,000	1,000	4,000	0,544
N2	3,222	3,000	2,000	4,000	0,548
N3	3,296	3,000	2,000	4,000	0,580
N4	3,266	3,000	2,000	4,000	0,542
N5	3,281	3,000	2,000	4,000	0,539

Sumber: Lampiran 1

Tabel 4.2 menyajikan distribusi tanggapan responden terhadap masing-masing variabel dalam penelitian ini. Pada variabel pengetahuan, nilai rata-rata terendah ditemukan pada item ketiga, yaitu pernyataan mengenai pengalaman dalam menggunakan bank syariah, dengan skor sebesar 2,764. Sementara itu, nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,167 terdapat pada item kelima yang menyatakan bahwa responden memiliki informasi yang baik mengenai manfaat bank syariah. Nilai rata-rata keseluruhan variabel pengetahuan adalah 2,909. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden telah memiliki informasi mengenai manfaat layanan digital bank syariah, tingkat pengalaman langsung dalam mengakses layanan tersebut masih tergolong rendah. Hal ini berimplikasi masih terbatasnya pemahaman praktis yang dapat memengaruhi pembentukan niat dalam menggunakan layanan bank syariah secara konsisten, khususnya dalam bentuk digital.

Pada variabel *Fear of Missing Out* (FOMO), nilai rata-rata terendah sebesar 2,443 terdapat pada item keempat yang mencerminkan perasaan tertinggal apabila tidak menggunakan layanan digital bank syariah. Sebaliknya, item ketiga memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,123, yang mencerminkan rasa bangga ketika orang lain mengikuti rekomendasi responden dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Nilai rata-rata keseluruhan pada variabel ini adalah 2,788. Secara umum, hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh sosial dan keinginan untuk tidak tertinggal dalam tren penggunaan bank syariah cukup memengaruhi sebagai responden, meskipun dorongan FOMO belum sepenuhnya kuat. Hal ini dapat menjadi salah satu potensi dalam membentuk niat apabila strategi promosi mampu memanfaatkan aspek sosial dan psikologis ini secara lebih efektif.

Variabel sikap menunjukkan tanggapan responden terhadap berbagai indikator yang berkaitan dengan persepsi terhadap penggunaan layanan digital bank syariah. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,192 ditemukan pada item ketiga, yang berisi pernyataan bahwa menggunakan layanan bank syariah adalah pilihan yang tepat. Sedangkan nilai tertinggi sebesar 3,300 terdapat pada item pertama, yang menyatakan bahwa menggunakan layanan digital bank syariah itu bermanfaat. Nilai rata-rata

keseluruhan variabel sikap sebesar 3,254 menunjukkan bahwa responden memiliki sikap yang positif terhadap layanan digital bank syariah. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden menilai layanan digital bank syariah memberikan manfaat yang sesuai dengan preferensi dan harapan. Dengan demikian, persepsi yang positif terhadap layanan digital bank syariah berpotensi mendorong peningkatan penggunaan layanan tersebut di masa mendatang.

4.2. Analisis Data

Bagian ini mencakup evaluasi terhadap model pengukuran, analisis *Common Method Bias*, pengujian terhadap model struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis dan pembahasan.

4.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model analysis*) dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS, yang mencakup pengujian validitas konvergen (*convergent validity*), validitas diskriminan (*discriminant validity*), serta konsistensi internal (*internal consistency*).

4.2.1.1 *Convergen Validity*

Convergent validity dievaluasi berdasarkan korelasi antara skor masing-masing item dengan skor komponen yang diestimasi menggunakan perangkat lunak PLS. Validitas ini mencerminkan sejauh mana indikator-indikator dalam suatu konstruk saling berkorelasi secara positif. Suatu indikator relatif dinyatakan memenuhi *convergent validity* apabila memiliki korelasi lebih dari 0,7 terhadap konstruk yang diukur. Evaluasi dilakukan melalui dua ukuran utama, yaitu nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil pengukuran untuk kedua indikator tersebut disajikan pada tabel 4.3 dan 4.4 berikut ini.

Tabel 4. 3 Nilai *Loading Factor*

Variabel	Item	Loading Factor
P1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang bank syariah	0,828

Variabel	Item	Loading Factor
P2	Saya sudah mencari banyak informasi tentang bank syariah	0,784
P3	Saya memiliki pengalaman dalam menggunakan bank syariah	0,704
P4	Secara umum, saya memiliki pengetahuan yang baik mengenai bank syariah	0,727
P5	Saya memiliki informasi yang baik tentang manfaat bank syariah	0,764
P6	Saya memiliki pengetahuan tentang bank syariah lebih baik dibandingkan dengan teman dan kenalan saya	0,720
FOMO1	Menggunakan bank syariah akan memberikan rasa bangga	0,690
FOMO2	Saya tetap menggunakan layanan bank syariah meskipun ragu dengan keamanan datanya	0,613
FOMO3	Saya bangga ketika orang lain mengikuti rekomendasi saya untuk menggunakan bank syariah	0,676
FOMO4	Saya merasa tertinggal jika tidak menggunakan bank syariah	0,678
FOMO5	Pengalaman positif dengan bank syariah sering saya bagikan kepada teman-teman	0,786
FOMO6	Saya sering meghabiskan waktu untuk mempelajari produk baru bank syariah	0,740
FOMO7	Saya sering mengikuti rekomendasi teman atau orang lain tentang produk bank syariah	0,801
S1	Menggunakan layanan bank syariah itu bermanfaat	0,586
S2	Saya menyukai layanan bank syariah	0,751
S3	Saya merasa menggunakan layanan bank syariah adalah pilihan yang tepat	0,783
S4	Menggunakan layanan bank syariah itu mudah	0,691
S5	Menggunakan layanan bank syariah adalah pilihan yang bijak	0,764
S6	Menggunakan layanan bank syariah adalah ide yang baik	0,773
N1	Saya berminat untuk memilih bank syariah	0,799
N2	Saya akan mempertimbangkan untuk menggunakan bank syariah	0,511
N3	Saya berencana menggunakan bank syariah di masa depan	0,709

Variabel	Item	Loading Factor
N4	Saya tertarik untuk mempelajari dan mencoba layanan baru yang ditawarkan oleh bank syariah	0,698
N5	Saya tertarik menggunakan rekening bank syariah	0,749

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan hasil pengujian nilai *loading factor*, ditemukan delapan indikator yang memiliki nilai di bawah 0,7. Oleh karena itu, indikator-indikator tersebut tidak digunakan dalam tahap analisis berikutnya karena dianggap tidak memenuhi kriteria *convergen validity*. Selain melalui *loading factor*, pengujian *convergen validity* juga dilakukan dengan mengevaluasi nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. AVE mengukur rata-rata proporsi varian yang dijelaskan oleh indikator-indikator dalam satu konstruk, sehingga mencerminkan sejauh mana konstruk mampu menjelaskan varian item pengukurnya secara keseluruhan. Nilai AVE yang tinggi menunjukkan bahwa konstruk memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur konsep yang dimaksudkan. Nilai AVE dikatakan memenuhi standar apabila bernilai minimal 0,50, yang berarti konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varian indikator-indikatornya (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 4 Average Variance Extracted

	Average Varianced Extracted
Pengetahuan	0,572
FOMO	0,691
Sikap	0,628
Niat	0,632

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel 4.4, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria *convergen validity* dan

mampu menjelaskan indikator-indikator yang membentuknya secara baik dan konsisten.

4.2.1.2 *Discriminant Validity*

Discriminant validity menggambarkan sejauh mana suatu konstruk dalam model berbeda secara empiris dari konstruk lainnya, serta dapat dibedakan dengan jelas berdasarkan pengukuran statistik (Hair et al., 2017). Pengujian terhadap *discriminant validity* dilakukan baik pada tingkat indikator maupun konstruk. Sebuah model dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik apabila nilai *loading factor* dari masing-masing indikator terhadap konstraknya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *loading* terhadap kosntruk lain.

Beberapa metode yang digunakan untuk menguji *discriminant validity* meliputi *Cross Loading*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). *Cross loading* digunakan untuk menguji *discriminant validity* pada tingkat indikator dan dikatakan valid apabila nilai loading terhadap konstraknya lebih besar dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya. Sementara itu, *Fornell-Larcker Criterion* menyatakan bahwa suatu kosntruk memenuhi validitas diskriminan apabila akar kuadrat dari nilai *Average Varaince Extracted* (AVE) lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya. Adapaun pengujian menggunakan metode HTMT menyatakan *discriminant validity* terpenuhi apabila rasio HTMT berada di bawah 0,850 atau 0,900, serta tidak terdapat nilai 1 dalam rentang *confidence interval* pada tingkat kepercayaan tertentu.

Tabel 4. 5 Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO5	0,861	0,500	0,494	0,530
FOMO6	0,752	0,352	0,381	0,359
FOMO7	0,874	0,497	0,367	0,534
N1	0,560	0,835	0,511	0,607
N3	0,301	0,750	0,298	0,437
N5	0,402	0,798	0,365	0,511

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
P1	0,365	0,391	0,830	0,311
P2	0,415	0,406	0,785	0,358
P3	0,381	0,389	0,713	0,314
P4	0,273	0,282	0,726	0,283
P5	0,364	0,412	0,756	0,400
P6	0,437	0,398	0,719	0,358
S2	0,486	0,490	0,393	0,775
S3	0,511	0,567	0,395	0,804
S5	0,364	0,479	0,311	0,786
S6	0,468	0,557	0,324	0,805

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan pada tabel 4.5, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hasil *Cross Loading* menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diharapkan, dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator tersebut secara konsisten mengukur konstruk yang dimaksud dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain.

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan *Fornell-Larcker Criterion*, diketahui bahwa akar kuadrat nilai AVE masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk tersebut terhadap konstruk lainnya. Temuan ini diperkuat oleh hasil *cross-loading*, yang menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai muatan yang lebih besar terhadap konstraknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam model memenuhi syarat validitas diskriminan dengan baik. Artinya, setiap konstruk dapat diukur secara jelas dan menunjukkan perbedaan yang tegas satu sama lain dalam model penelitian ini.

Tabel 4. 6 Nilai *Discriminant Validity* (*Fornell-Larcker*)

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO	0,831			
Niat	0,550	0,795		
Pengetahuan	0,499	0,509	0,756	
Sikap	0,582	0,663	0,451	0,793

Sumber: Lampiran 5

Hasil pengujian dengan *Fornell-Larcker* juga mendukung validitas diskriminan model. Akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi dengan konstruk lainnya. Hal ini memperkuat hasil *Cross Loading*, yang menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model ini dapat dibedakan secara jelas antara satu dengan yang lainnya.

Tabel 4. 7 *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO				
Niat	0.695			
Pengetahuan	0.605	0.622		
Sikap	0.714	0.853	0.537	

Sumber: Lampiran 5

Hasil pengujian menggunakan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) juga mendukung validitas diskriminan pada model. Seluruh nilai HTMT berada di bawah batas maksimal yang disarankan, yaitu 0,85 atau 0,90, dan tidak terdapat nilai 1 dalam model *confidence interval*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

4.2.1.3 *Internal Consistency*

Untuk mengevaluasi konsistensi internal suatu konstruk, digunakan ukuran *composite reliability* yang merepresntasikan sejauh mana indikator-indikator dalam suatu variabel memiliki reliabilitas yang baik. Suatu konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila nilai *composite reliability* mencapai minimal 0,70 (Hair

et al., 2022). Selain *composite reliability*, terdapat pula ukuran lain yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat reliabilitas, yaitu *Cronbach's Alpha* dan Rho A, yang juga memberikan gambaran mengenai kestabilan dan konsistensi internal dari konstruk yang diteliti.

Tabel 4. 8 *Internal Consistency Reliability*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
FOMO	0,778	0,805	0,870
Niat	0,715	0,740	0,837
Pengetahuan	0,850	0,853	0,889
Sikap	0,803	0,807	0,871

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing konstruk yang ditampilkan dalam tabel *internal consistency reliability*, seluruh variabel telah memenuhi kriteria yang disyaratkan. Nilai *composite reliability* untuk setiap variabel tercatat melebihi batas minimum 0,70, yakni FOMO (0,870), Niat (0,837), Pengetahuan (0,889), dan Sikap (0,871), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi (Hair 2022). Selain itu nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel juga telah melampaui nilai minimum yang dapat diterima sebesar 0,60, yang mengindikasikan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai. Nilai *Cronbach's Alpha* tertinggi terdapat pada variabel Pengetahuan (0,850), diikuti oleh Sikap (0,803), FOMO (0,778), dan Niat (0,715). Dukungan tambahan dari nilai rho_A yang juga konsisten menguatkan bahwa masing-masing konstruk bersifat reliabel.

Dengan terpenuhinya kriteria validitas dan reliabilitas pada setiap variabel pengamatan, maka instrument penelitian ini telah layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya, yaitu *Goodness of Fit Model* (GoF). GoF digunakan untuk menilai sejauh mana model penelitian dapat menggambarkan data empiris secara akurat. Salah satu ukuran yang digunakan untuk menilai model fit adalah SRMR

(*Standardized Root Mean Square Residual*), yang menunjukkan selisih antara matriks korelasi aktual dengan matriks korelasi yang diestimasi oleh model. Nilai SRMR di bawah 0,08 menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang baik atau fit (Hair et al., 2018)

Tabel 4. 9 Nilai *Goodness of Fit Model*

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,078	0,078
d_ ULS	0,826	0,826
d_ G	0,259	0,259
Chi-Square	308,741	308,741
NFI	0,782	0,782

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel *Goodness of Fit Model*, nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) untuk *Saturated Model* dan *Estimated Model* masing masing adalah sebesar 0,078. Nilai ini berada tepat pada batas maksimum yang disarankan, yaitu 0,08, sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini memiliki tingkat kecocokan yang dapat diterima atau model fit.

4.2.2. Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model structural bertujuan untuk menilai sejauh mana kualitas model yang telah dikembangkan. Proses ini meliputi beberapa tahapan yang digunakan untuk mengukur kesesuaian model dengan data yang dianalisis, serta kemampuannya dalam memprediksi hasil yang diharapkan.

4.2.2.1 *Common Method Bias*

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya bukti empiris bahwa bias metode (*method bias*) dapat memengaruhi validitas dan reliabilitas item, serta hubungan antar konstruk laten, bahkan dapat mengarah pada Kesimpulan yang keliru (MacKenzie & Podsakoff, 2012). Oleh karena itu, penting untuk melakukan pemeriksaan terhadap *common method bias* (CMB) guna menghindari kesalahan dalam

proses pengukuran atau analisis data. Kock (2015) merekomendasikan *penggunaan full collinearity test* sebagai pendekatan untuk mengidentifikasi potensi bias metode.

Prosedur *full collinearity test* dengan menggunakan PLS-SEM mengacu pada metode yang dikembangkan oleh Kock & Lynn (2012). Dalam proses ini, algoritma PLS-SEM digunakan untuk menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila seluruh nilai VIF dari full collinearity test bernilai sama dengan atau kurang dari 3, maka model dapat dinyatakan bebas dari bias metode umum (Hair et al., 2018). Namun demikian, Garson (2016) menyatakan bahwa nilai VIF hingga 5 masih dapat ditoleransi.

Tabel 4. 10 *Full Collinearity Estimates (Variance Inflation Factors/VIFs)*

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO		1,691		1,331
Pengetahuan		1,405		1,331
Sikap		1,595		

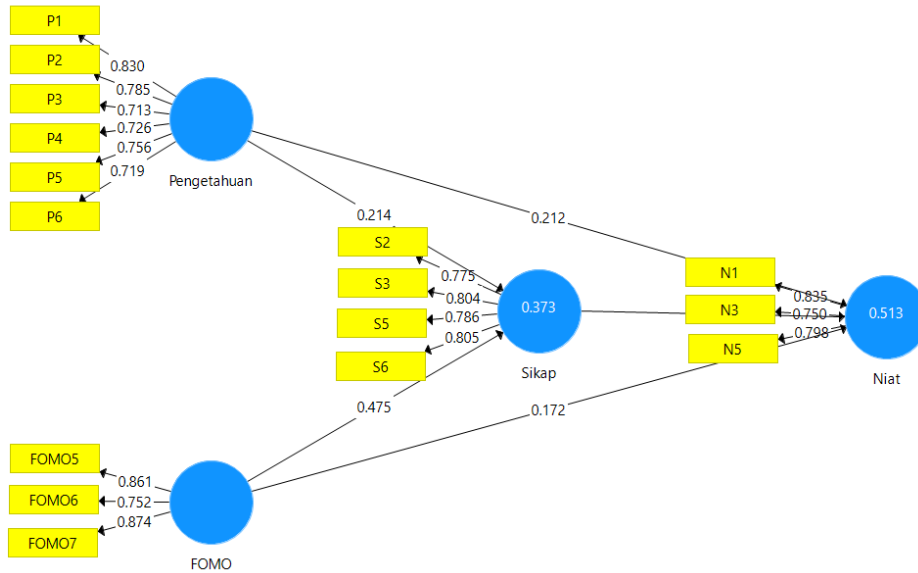
Sumber: Lampiran 8

Tabel 4.10 menyajikan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil pengujian *full collinearity*. Berdasarkan hasil tersebut, seluruh nilai VIF berada di bawah angka 5. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas yang berarti antar variabel dalam model. Dengan demikian, tingkat kolinearitas dalam penelitian ini masih berada dalam batas yang dapat diterima. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa estimasi parameter dalam model *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) bersifat stabil dan tidak mengalami bias akibat kolinearitas.

4.2.2.2 Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap signifikansi dan relevansi hubungan dalam model struktural. Hasil estimasi hubungan antar konstruk, yang disebut sebagai *path coefficient*, menggambarkan kekuatan hubungan yang dihipotesiskan dalam model. Nilai koefisien jalur tersebut berada pada rentang standar antara -1 hingga +1. Gambaran keseluruhan model berdasarkan hasil pengujian disajikan pada gambar

berikut. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui metode *bootstrapping* dengan jumlah sub-sample 5000.



Gambar 4. 1 Model Struktural

4.2.2.3 Evaluasi Kualitas Model

Evaluasi terhadap kualitas model dilakukan dengan menggunakan beberapa indikator. Indikator pertama yang digunakan adalah *Coefficient of determinant* (nilai R^2). Nilai R^2 berfungsi untuk mengukur sejauh mana variabel laten dependen dapat dijelaskan oleh variabel laten independen. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1, dengan nilai acuan sebesar 0,57; 0,50; 0,25 yang masing-masing mengindikasikan tingkat kekuatan model yang tinggi, sedang, dan rendah (Hair et al., 2017). Selain itu, nilai Adjusted R^2 digunakan sebagai bentuk koreksi terhadap R^2 dengan mempertimbangkan *standard error*, sehingga memberikan gambaran yang lebih akurat dalam mengevaluasi kemampuan konstruk eksogen dalam menjelaskan konstruk endogen.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Model *Quality Criteria Assessment*

	R Square	R Square Adjusted
Niat	0,513	0,505
Sikap	0,373	0,367

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan hasil pengujian dalam Tabel 4.11, nilai *R-Square* untuk variabel niat sebesar 0,513 dengan *Adjusted R-Square* sebesar 0,505. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk eksogen yang memengaruhi niat mampu menjelaskan variasi sebesar 51,3 persen terhadap niat menggunakan layanan digital bank syariah. Dengan demikian, sekitar 51,3 persen perubahan pada niat dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen dalam model. Berdasarkan kategori yang dikemukakan oleh Hair et al. (2017), pengaruh ini termasuk dalam kategori sedang (*moderate*).

Sementara itu, nilai *R-Square* untuk variabel sikap sebesar 0,373 dengan *Adjusted R-Square* sebesar 0,367. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk eksogen pengetahuan dan FOMO secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 3,73 persen variasi pada sikap terhadap penggunaan layanan digital bank syariah. Dengan demikian 3,73 persen perubahan dalam sikap dapat dijelaskan oleh kedua konstruk tersebut. Pengaruh ini termasuk dalam kategori lemah, karena nilai R^2 berada di bawah 0,50.

Tahap selanjutnya dalam evaluasi model adalah mengukur besar kecilnya pengaruh antar variabel melalui *effect size* atau *f-square*. Selain menguji signifikansi hubungan antar variabel, penting juga untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai *f-square* ini menunjukkan tingkat kekuatan pengaruh suatu konstruk dalam model. Nilai *f-square* sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh kecil, 0,15 sebagai pengaruh sedang, dan 0,35 sebagai pengaruh besar (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 12 *Effect Size (f²)*

	Niat	Sikap
FOMO	0.036	0.270

Niat	-	-
Pengetahuan	0.065	0.055
Sikap	0.281	-

Sumber: Lampiran 10

4.2.3. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Untuk mengevaluasi *path analysis* yang merepresentasikan hubungan antar konstruk dalam model struktural, dilakukan analisis jalur dengan menggunakan nilai koefisien yang berada dalam rentang -1 hingga +1. Nilai estimasi jalur yang mendekati angka 0 menunjukkan hubungan yang lemah, sedangkan nilai yang mendekati +1 mencerminkan hubungan positif yang kuat. Tingkat signifikansi atau probabilitas ditentukan berdasarkan perhitungan standard error melalui *bootstrapping*. Kriteria yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah nilai *p-value* < 0,05 (taraf signifikansi 5%), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Tabel berikut menyajikan hasil dari pengujian hipotesis tersebut.

Tabel 4. 13 *Path Coefficient*

		Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	P Values	Hasil
H1	Pengetahuan -> Sikap	0,214	0,218	0,071	0,001	Terdukung
H2	FOMO -> Sikap	0,475	0,475	0,065	0,000	Terdukung
H3	Pengetahuan -> Niat	0,212	0,211	0,066	0,001	Terdukung
H4	FOMO -> Niat	0,172	0,173	0,073	0,010	Terdukung
H5	Sikap -> Niat	0,468	0,468	0,067	0,000	Terdukung

Sumber: Lampiran 11

4.2.3.1 Pengaruh pengetahuan terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah

Pengetahuan memberikan kontribusi positif terhadap sikap, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,214 dan *p-value* sebesar 0,001. Hasil ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai konsep dan mekanisme bank syariah cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap

keberadaan dan penggunaan layanan digital bank syariah. Dengan demikian hipotesis 1 terdukung.

Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian lain yang menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, yang mencerminkan peran penting literasi keuangan dalam membentuk cara pandang serta keputusan keuangan seseorang (Saputri & Risman, 2025). Meskipun penelitian tersebut berfokus pada perilaku keuangan, temuan tersebut secara tidak langsung mendukung penelitian saya, karena sebelum perilaku terbentuk sikap merupakan faktor awal menjadi dasar pengambilan keputusan. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung membentuk sikap positif terhadap layanan keuangan, termasuk layanan digital bank syariah. Pemahaman yang memadai mengenai prinsip, manfaat, dan cara kerja layanan digital bank syariah akan mendorong individu untuk memiliki sikap yang lebih terbuka dan menerima terhadap penggunaan layanan tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan dapat dianggap sebagai faktor penting yang membentuk sikap positif individu dalam mengadopsi layanan digital berbasis syariah.

4.2.3.2 Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah

Fear of Missing Out (FOMO) juga terbukti memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap sikap individu terhadap layanan digital bank syariah. Koefisien yang diperoleh sebesar 0,475 dengan nilai *p-value* 0,000, mengindikasikan pengaruh yang positif dan signifikan. Artinya, individu yang memiliki kecenderungan FOMO yang tinggi akan membentuk sikap yang lebih positif terhadap layanan digital bank syariah. Hal ini dapat dijelaskan melalui konteks sosial dan perkembangan teknologi digital, di mana individu terdorong mengikuti tren dan inovasi, termasuk dalam memilih layanan keuangan yang sesuai nilai dan prinsip syariah. Dengan demikian hipotesis 2 juga terdukung.

Hasil ini mendukung penelitian terdahulu bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh terhadap sikap individu dalam menggunakan teknologi (Zoraifi et

al., 2025). FOMO mendorong individu untuk bersikap lebih terbuka dan positif terhadap teknologi digital karena adanya keinginan untuk tidak tertinggal dari orang lain dalam mengikuti tren atau perkembangan terbaru. Dorongan ini membuat individu lebih mudah menerima penggunaan platform digital, terutama jika teknologi tersebut dianggap mudah digunakan dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Temuan ini mendukung penelitian saya mengenai pengaruh FOMO terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Artinya, FOMO dapat membentuk sikap positif mahasiswa terhadap layanan digital bank syariah, karena rasa takut tertinggal membuat individu cenderung ingin mencoba dan menggunakan layanan yang dirasakan relevan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan sosial.

4.2.3.3 Pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah

Variabel pengetahuan menunjukkan pengaruh positif terhadap niat dengan nilai koefisien sebesar 0,212 dan *p-value* 0,001. Hasil ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu mengenai prinsip, produk, dan manfaat layanan bank syariah, maka semakin besar keinginan seseorang untuk menggunakan layanan tersebut. Pengetahuan menjadi faktor fundamental dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya dalam konteks layanan keuangan berbasis nilai-nilai agama. Oleh karena itu hipotesis 3 terdukung berdasarkan hasil pengujian tersebut.

Temuan serupa juga ditunjukkan dalam penelitian lain yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan mobile banking (Pambudi et al., 2023). Artinya, semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap manfaat, kemudahan, dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh *mobile banking*, maka semakin besar pula minat untuk menggunakannya. Meskipun penelitian tersebut difokuskan pada layanan *mobile banking* secara umum, hasil tersebut secara tidak langsung mendukung penelitian saya yang meneliti pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa menggunakan layanan digital bank syariah. Keduanya menunjukkan bahwa pengetahuan menjadi landasan penting dalam membentuk niat individu untuk menggunakan layanan keuangan digital. Dalam

konteks layanan digital bank syariah, pemahaman mengenai prinsip syariah, produk yang ditawarkan, serta nilai-nilai yang diusung akan mendorong individu, khususnya mahasiswa untuk lebih berminat menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, pengetahuan yang memadai berperan dalam meningkatkan niat penggunaan layanan digital berbasis syariah.

4.2.3.4 Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan layanan digital bank syariah, dengan nilai koefisien sebesar 0,172 dan *p-value* sebesar 0,010. Nilai *p-value* tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% (0,05), yang mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel tersebut signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perasaan individu untuk tertinggal dari tren sosial dan perkembangan digital termasuk dalam konteks penggunaan layanan keuangan syariah maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk mulai menggunakan layanan digital yang sesuai nilai dan prinsip syariah. Dengan demikian hipotesis 4 terdukung.

Hasil ini mendukung penelitian (Pandawa, 2025) yang menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan layanan perbankan digital. FOMO yang didefinisikan sebagai ketakutan untuk tertinggal informasi atau tren baru, mendorong individu untuk senantiasa mengikuti perkembangan teknologi, termasuk dalam hal penggunaan layanan keuangan berbasis digital. Artinya, semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki minat untuk mencoba dan menggunakan layanan perbankan digital sebagai bentuk respon terhadap rasa takut tertinggal tersebut.

Selain itu, FOMO juga terbukti berperan sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara niat dan perilaku aktual (Oktawiranti et al., 2025). Individu yang memiliki niat untuk menggunakan layanan perbankan digital dan pada saat yang sama mengalami FOMO, cenderung lebih terdorong untuk merealisasikan niat tersebut

menjadi tindakan nyata. Temuan ini mendukung penelitian yang saya lakukan mengenai pengaruh FOMO terhadap niat mahasiswa menggunakan layanan digital bank syariah. Dalam konteks ini, FOMO dapat menjadi faktor psikologis penting yang mendorong munculnya niat penggunaan layanan digital bank syariah, terutama di kalangan generasi muda yang lebih sensitif terhadap tren digital. Dengan demikian, pemahaman terhadap peran FOMO menjadi sangat penting dalam merancang strategi peningkatan adopsi layanan digital bank syariah.

4.2.3.5 Pengaruh sikap terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah

Pengaruh sikap terhadap niat merupakan salah satu hubungan terkuat dalam model ini, dengan nilai koefisien sebesar 0,468 dan *p-value* 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif individu terhadap layanan digital bank syariah berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan niat untuk menggunakannya. Semakin positif sikap individu terhadap layanan digital yang ditawarkan oleh bank syariah, semakin besar pula niat untuk menggunakannya. Hipotesis 5 secara empiris didukung dalam penelitian ini.

Temuan serupa juga terlihat dalam penelitian lain yang menunjukkan bahwa variabel seperti kesadaran, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan aktivitas pemasaran melalui media sosial memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan perbankan digital (Todua & Gogitidze, 2024). Dalam konteks tersebut, meningkatnya kesadaran dan kepercayaan terhadap layanan digital mendorong konsumen untuk memiliki pandangan atau sikap yang lebih positif, yang pada akhirnya membentuk niat untuk menggunakan layanan tersebut. Meskipun fokus penelitian tersebut tidak secara langsung menyoroti sikap, hasilnya secara tidak langsung mendukung penelitian ini. Sikap merupakan hasil dari persepsi positif terhadap berbagai faktor pendukung seperti kemudahan dan kepercayaan. Oleh karena itu, ketika sikap positif telah terbentuk, niat untuk menggunakan layanan cenderung meningkat. Dalam penelitian, hubungan ini diperkuat oleh bukti empiris bahwa sikap positif terhadap layanan digital bank syariah secara signifikan mendorong niat

mahasiswa untuk menggunakannya. Dengan demikian, hasil penelitian lain tersebut sejalan dengan temuan bahwa sikap memainkan peran penting dalam membentuk niat penggunaan layanan digital berbasis syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap sikap mahasiswa pada layanan layanan digital bank syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah. Mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih mendalam tentang bank syariah cenderung membentuk sikap yang lebih positif terhadap layanan digital yang ditawarkan. Pengetahuan yang baik mendorong mahasiswa untuk lebih terbuka, menerima, serta menilai secara positif keberadaan layanan digital bank syariah. Hal ini membuktikan bahwa peningkatan literasi terkait perbankan syariah dapat menjadi strategi efektif dalam membentuk sikap yang mendukung terhadap penggunaan layanan tersebut.

2. Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap sikap mahasiswa pada layanan digital bank syariah

Penelitian ini menemukan bahwa FOMO memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap mahasiswa terhadap layanan digital bank syariah. Mahasiswa yang memiliki tingkat FOMO tinggi cenderung membentuk sikap positif karena dorongan psikologis untuk tidak tertinggal dari tren digital dan inovasi teknologi. Keinginan untuk tetap terhubung dengan perkembangan sosial dan digital membuat individu lebih terbuka terhadap layanan berbasis teknologi, termasuk layanan digital bank syariah. Oleh karena itu, FOMO menjadi faktor penting dalam membentuk sikap mahasiswa terhadap penggunaan layanan perbankan berbasis syariah.

3. Pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah

Pengetahuan terbukti berperan penting dalam membentuk niat mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap prinsip-prinsip syariah maka semakin besar pula dorongan internal untuk menggunakan layanan tersebut. Pengetahuan berfungsi sebagai landasan dalam pengambilan keputusan yang rasional, khususnya pada layanan keuangan yang berbasis nilai-nilai agama. Oleh karena itu, peningkatan literasi tentang perbankan syariah menjadi hal yang penting dalam menumbuhkan niat terhadap layanan digital bank syariah.

4. Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa FOMO memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Mahasiswa yang merasa takut tertinggal tren teknologi atau sosial cenderung memiliki keinginan lebih tinggi untuk mencoba dan menggunakan layanan digital berbasis syariah. FOMO berperan sebagai pemicu psikologis yang mendorong terbentuknya intensi perilaku, terutama pada generasi muda yang responsif terhadap perubahan digital. Oleh karena itu, pemanfaatan strategi komunikasi berbasis tren dan inovasi digital dapat memperkuat niat mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut.

5. Pengaruh sikap terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah

Sikap positif mahasiswa terhadap layanan digital bank syariah terbukti memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan layanan tersebut. Ketika mahasiswa menilai bahwa layanan digital bank syariah bermanfaat, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan pribadi, maka keinginan untuk menggunakan layanan tersebut meningkat. Sikap menjadi perantara penting antara

persepsi dan perilaku, sehingga semakin positif sikap yang terbentuk, semakin besar pula niat penggunaan. Oleh karena itu, pembentukan sikap positif melalui pendekatan edukatif dalam pengalaman penggunaan yang baik menjadi kunci untuk meningkatkan niat penggunaan layanan digital bank syariah di kalangan mahasiswa.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi bagi berbagai pihak yaitu:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku konsumen dalam konteks penggunaan layanan digital bank syariah. Temuan menunjukkan bahwa variabel sikap memiliki pengaruh yang signifikan dan kuat terhadap niat mahasiswa dalam menggunakan layanan digital bank syariah, yang memperkuat kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB). Selain itu, pengetahuan dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terbukti memengaruhi baik sikap maupun niat secara langsung, yang mendukung konsep bahwa faktor kognitif dan psikologis memainkan peran penting dalam membentuk intensi perilaku. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas pemahaman teoritis mengenai determinan niat menggunakan layanan keuangan digital berbasis syariah, khususnya di kalangan generasi muda.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku industri perbankan syariah, khususnya dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan layanan digital. Meningkatkan pemahaman dan literasi mahasiswa mengenai konsep dan manfaat layanan digital bank syariah dapat mendorong terbentuknya sikap positif, yang pada akhirnya berpengaruh pada niat penggunaan. Selain itu, pendekatan pemasaran yang relevan dengan tren sosial dan teknologi, seperti pemanfaatan media sosial dan kampanye yang menyentuh aspek psikologis FOMO, dapat menjadi strategi efektif dalam menarik minat mahasiswa. Bank syariah juga dapat mengoptimalkan pengalaman penggunaan digital agar

mendukung persepsi kemudahan dan relevansi layanan dengan gaya hidup generasi muda.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, responden yang digunakan terbatas pada kalangan mahasiswa, sehingga hasil temuan belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh pengguna layanan digital bank syariah. Karakteristik mahasiswa, seperti tingkat literasi digital dan preferensi keuangan, bisa berbeda dengan kelompok masyarakat lain, seperti pelaku usaha atau masyarakat umum.

Kedua, pendekatan kuantitatif melalui kuesioner tertutup membatasi eksplorasi terhadap motivasi mendalam dan faktor kontekstual yang dapat memengaruhi sikap serta niat individu. Aspek subjektif seperti nilai keagamaan dan pengalaman penggunaan layanan tidak tergalai secara mendalam melalui metode ini.

Ketiga, yaitu masih terdapat faktor-faktor lain yang secara teoritis dan empiris dapat memengaruhi sikap dan niat seseorang dalam menggunakan layanan digital bank syariah. Variabel seperti kepercayaan terhadap sistem digital, persepsi risiko, kemudahan penggunaan, kepuasan penggunaan, serta persepsi keamanan belum diikutsertakan dalam model ini. Keterbatasan ini dapat menyebabkan model penelitian belum mampu menangkap seluruh determinan penting yang membentuk sikap dan niat perilaku secara menyeluruh.

5.4. Rekomendasi untuk Penelitian Berikutnya

Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi dan sampel responden, tidak hanya terbatas pada mahasiswa sebagai kelompok usia muda dan terdidik, tetapi juga mencakup berbagai segmen masyarakat umum dari berbagai segmen masyarakat lainnya. Variasi responden ini penting untuk meningkatkan generalisasi hasil dan memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh terkait niat serta sikap terhadap penggunaan layanan digital bank syariah.

2. Disarankan agar penelitian berikutnya menggunakan pendekatan *mixed method*, yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti tidak hanya mengukur hubungan antar variabel secara statistik, tetapi juga mengeksplorasi alasan mendalam di balik pembentukan sikap dan niat individu. Metode wawancara mendalam dapat digunakan untuk menggali perspektif psikologis, nilai-nilai religius, dan dinamika sosial yang memengaruhi preferensi dalam memilih layanan keuangan digital berbasis syariah.
3. Penelitian selanjutnya juga dianjurkan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kepercayaan terhadap sistem dan institusi keuangan digital, persepsi terhadap kemudahan penggunaan aplikasi, persepsi risiko, keamanan data, serta pengalaman pengguna. Variabel tersebut diyakini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap sikap maupun niat dalam menggunakan layanan digital bank syariah, serta memperkaya model konseptual yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Agus, M., & Fitria, T. N. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(2), 75–87.
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Alimbudiono, & Ria, S. (2019). Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. http://repository.ubaya.ac.id/38795/2/Ria_Sandra_Konsep_Pengetahuan_Akuntansi.pdf
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Annisawati, A. A., & Ayuninda, A. Q. (2019). Pengaruh Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Kai Access Di Pt Kereta Api Indonesia Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Accpetence Model (TAM). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(September), 43–51.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>
- Aulia, S. (2022). Teori Pengetahuan dan Kebenaran dalam Epistemologi. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 5(3), 242–249. <https://doi.org/10.23887/jfi.v5i3.40710>
- Bulkia, S., Herawati, A. S., & Hasanah, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 90–97. <https://doi.org/10.31602/atd.v3i2.1873>
- Cahyadi, A. (2021). Gambaran Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada

- Generasi Z di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Widya Warta*, 2, 146–154.
- Choirinisa, A. A. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 483–492. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.239>
- Cortina, J. J., & Schmukler, S. L. (2018). *Research & Policy Briefs*.
- Damayanti, S. (2017). Mandiri Cabang X. *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X, 2013*.
- Emalya, S. (2022). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Konvensional Sebelum Dan Setelah Memiliki Bank Digital*. July, 7–15. <https://e-journal.uajy.ac.id/26919/>
- Ichsan, N. (2016). Akad-Akad Perbankan Syariah. *Asy-Syi'rah*, 50(2), 423.
- Kurnialis, S., Uliya, Z., Fitriani, Aulasiska, M., & Nizam, M. S. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Muslim. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 109–119. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).9688](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9688)
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Maqfiro, S. N. A., Fajrin, I., & Sukmah, A. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 4(2), 307–316. <http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/kreativitas/article/view/3511/pdf>
- Meitiana, M. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 16. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762>
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>
- Nofinawati, N. (2014). Akad Dan Produk Perbankan Syariah. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 8(2), 219. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.349>

- Nuraini, P., Alfani, M. H., & Hamzah, Z. (2020). Literasi Produk Perbankan Syariah Bagi Guru Pondok Pesantren di Kota Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(1), 317–325.
<https://doi.org/10.31539/costing.v4i1.1595>
- Nurdi, P. B. R., Laikuallo, S., & Meiliska, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berorganisasi. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(2), 122–131.
<https://doi.org/10.47354/mjo.v2i2.246>
- Octaviana, dila rukmi, & Ramadhani, reza aditya. (2021). Hakikat Manusia: Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat dan Agama. *Jurnal Tawadhu*, 2(2), 143–159.
- Oktawiranti, A., Rahmawati, R., Achmad, G. N., & Zainurossalamia, S. (2025). Exploring the factors influencing the intention to use digital banking: The role of resonance FOMO as a moderator. *Banks and Bank Systems*, 20(1), 161–173.
[https://doi.org/10.21511/bbs.20\(1\).2025.14](https://doi.org/10.21511/bbs.20(1).2025.14)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. *Ojk RI, I*, 1–55.
- Pambudi, R. A., Musfiroh, M. F. S., Hinawati, T., & Ainun, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(April), 89–109.
- Pandawa, R. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fomo terhadap Minat Penggunaan Bank Digital di Indonesia dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. 5(1), 493–508.
- Perdana, D. D., Widiyanti, W., Gushevinalti, G., & Perdana, D. D. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 54.
<https://doi.org/10.35308/source.v10i1.8381>

- Rantemangiling, Y., Mamesah, E. L., & Setiabudhi, D. O. (2022). Analisis Yuridis Mengenai Merger Bank Syariah Mandiri, Bri Syariah, Dan Bni Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). *Lex Crimen*, 11(5), hal. 1-15.
- Rosidi, A. (2023). Implementasi Digital Banking Perbankan Syariah Sebagai Upaya Mitigasi Risiko Di Era Pandemi Covid-19. *Kabilah: Journal of Social Community Terakreditasi*, 8(14), 82–94.
- Rosyidah, Nizar, M., & Khoirul Huda. (2019). Analisis Pengetahuan Nasabah Tentang Produk Perbankan Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Malang Kepanjen). *Malia (Terakreditasi)*, 10(2), 163–180.
<https://doi.org/10.35891/ml.v10i2.1449>
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45.
<https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i1.10405>
- Salsavira, N., Nisa, F. L., Timur, J., & Timur, J. (2024). Analisis Faktor Kurangnya Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Jawa Timur Menjadi Nasabah Bank Syariah. *06(02)*, 36–46.
- Saputri, A. L., & Risman, A. (2025). *The Personal Finance Behavioral : Digital Finance , Financial Knowledge and Financial Attitudes*. 11(1), 53–63.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July).
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Sianipar, A. Z. (2019). *Penggunaan Google For Sebagai Alat Penilaian Kepuasan Pelayanan Mahasiswa*.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Todua, N., & Gogitidze, N. (2024). *Consumer Attitude Towards Digital Banking Services (Case of Georgia)*. 1–23.

- Tuzzuhro, F., Rozaini, N., & Yusuf, M. (2023). PERKEMBANGAN PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA Fatimah. *PeKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, 11 No 2(23), 78–87.
- Wandayu, R. C., Purnomosidhi, B., & Ghofar, A. (2019). Faktor Keperilakuan dan Perilaku Kecurangan Akademik: Peran Niat sebagai Variabel Mediasi. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 89–100.
<https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i1.7414>
- Zaenudin, & Ulfah, S. M. (2020). Konsep Bimbingan dan Konseling dalam Meningkatkan Motivasi Belajar. *Studi Komparasi Pemikiran Dr.Pupu Saeful Rahmat, M.Pd Dan Prof. Dr. H. Djaali Dalam Psikologi Pendidikan*, 32–41.
<https://counselia.faiunwir.ac.id/index.php/cs/article/view/5/4>
- Zoraifi, R., Wiseto, I., Agung, P., & Arifin, S. (2025). *Journal of Advanced Studies in Management Exploring the Impact of Fear of Missing Out on Perceived Ease of Use and Usage Decisions in Digital Platforms*. 1(2), 81–88.

LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN

NIAT MENGGUNAKAN LAYANAN BANK SYARIAH

Assalamualaikum Wr. Wb

Bapak/Ibu/Saudara/i Yth.

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya laksanakan terkait niat menggunakan layanan bank syariah di Indonesia, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi survey berikut ini dan memberikan informasi yang diperlukan. Informasi dan data yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Terima kasih atas kesediaan dan perhatian yang diberikan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat saya,
Nurma Niskhafatun Kasanah
Mahasiswa Prodi Analisis Keuangan,
Program Sarjana Terapan UII

A. Profil Responden

Nama/Inisial	:	
Jenis Kelamin	:	<input type="checkbox"/> Perempuan
		<input type="checkbox"/> Laki-Laki
Agama	:	<input type="checkbox"/> Islam
		<input type="checkbox"/> Protestan
		<input type="checkbox"/> Katolik
		<input type="checkbox"/> Hindu
		<input type="checkbox"/> Buddha
		<input type="checkbox"/> Konghucu

Usia

- :
- | | |
|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | 17-22 Tahun |
| <input type="checkbox"/> | 23-28 Tahun |
| <input type="checkbox"/> | 29-34 Tahun |
| <input type="checkbox"/> | > 35 Tahun |

Asal Daerah

- :
- | | |
|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Aceh |
| <input type="checkbox"/> | Sumatera Utara |
| <input type="checkbox"/> | Sumatera Selatan |
| <input type="checkbox"/> | Jambi |
| <input type="checkbox"/> | Riau |
| <input type="checkbox"/> | Kepulauan Riau |
| <input type="checkbox"/> | Bangka Belitung |
| <input type="checkbox"/> | Bengkulu |
| <input type="checkbox"/> | Lampung |
| <input type="checkbox"/> | Banten |
| <input type="checkbox"/> | Jakarta |
| <input type="checkbox"/> | Jawa Barat |
| <input type="checkbox"/> | Jawa Tengah |
| <input type="checkbox"/> | D.I Yogyakarta |
| <input type="checkbox"/> | Jawa Timur |
| <input type="checkbox"/> | Bali |
| <input type="checkbox"/> | Nusa Tenggara Barat |
| <input type="checkbox"/> | Nusa Tenggara Timur |
| <input type="checkbox"/> | Kalimantan Barat |
| <input type="checkbox"/> | Kalimantan Tengah |
| <input type="checkbox"/> | Kalimantan Selatan |
| <input type="checkbox"/> | Kalimantan Timur |

- Kalimantan Utara
- Sulawesi Utara
- Sulawesi Barat
- Sulawesi Tengah
- Sulawesi Tenggara
- Sulawesi Selatan
- Gorontalo
- Maluku
- Maluku Utara
- Papua Barat
- Papua
- Papua Selatan
- Papua Tengah
- Papua Pegunungan
- Papua Barat Daya

Apakah sudah memiliki bank syariah?

- : Sudah
 Belum

No	Pertanyaan	1	2	3	4
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Pengetahuan (Knowledge)					
1	Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang bank syariah				
2	Saya sudah mencari banyak informasi tentang bank syariah				
3	Saya memiliki pengalaman dalam menggunakan bank syariah				

No	Pertanyaan	1	2	3	4
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
4	Secara umum, saya memiliki pengetahuan yang baik mengenai bank syariah				
5	Saya memiliki informasi yang baik tentang manfaat bank syariah				
6	Saya memiliki pengetahuan tentang bank syariah lebih baik dibandingkan dengan teman dan kenalan saya				
<i>Fear of Missing Out (FOMO)</i>					
1	Menggunakan bank syariah akan memberikan rasa bangga				
2	Saya tetap menggunakan layanan bank syariah meskipun ragu dengan keamanan datanya				
3	Saya bangga ketika orang lain mengikuti rekomendasi saya untuk menggunakan bank syariah				
4	Saya merasa tertinggal jika tidak menggunakan bank syariah				
5	Pengalaman positif dengan bank syariah sering saya bagikan kepada teman-teman				
6	Saya sering menghabiskan waktu untuk mempelajari produk baru bank syariah				
7	Saya sering mengikuti rekomendasi teman atau orang lain tentang produk bank syariah				
<i>Sikap (Attitude)</i>					
1	Menggunakan layanan bank syariah itu bermanfaat				
2	Saya menyukai layanan bank syariah				
3	Saya merasa menggunakan layanan bank syariah adalah pilihan yang tepat				
4	Menggunakan layanan bank syariah itu mudah				

No	Pertanyaan	1	2	3	4
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
5	Menggunakan layanan bank syariah adalah pilihan yang bijak				
6	Menggunakan layanan bank syariah adalah ide yang baik				
Minat (<i>Interest</i>)					
1	Saya berminat untuk memilih bank syariah				
2	Saya akan mempertimbangkan untuk menggunakan bank syariah				
3	Saya berencana menggunakan bank syariah di masa depan				
4	Saya tertarik untuk mempelajari dan mencoba layanan baru yang ditawarkan oleh bank syariah				
5	Saya tertarik menggunakan rekening pada bank syariah				

SmartPLS Report

Lampiran 1

	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness
P1	1.000	0.000	2.970	3.000	1.000	4.000	0.627	0.296	-0.220
P2	2.000	0.000	2.961	3.000	1.000	4.000	0.665	-0.156	-0.159
P3	3.000	0.000	2.764	3.000	1.000	4.000	0.917	-0.968	-0.092
P4	4.000	0.000	2.980	3.000	1.000	4.000	0.651	0.675	-0.413
P5	5.000	0.000	3.167	3.000	1.000	4.000	0.660	-0.308	-0.300
P6	6.000	0.000	2.611	3.000	1.000	4.000	0.837	-0.620	0.026
FOMO1	7.000	0.000	2.926	3.000	1.000	4.000	0.650	-0.348	-0.034
FOMO2	8.000	0.000	2.493	2.000	1.000	4.000	0.739	-0.269	0.395
FOMO3	9.000	0.000	3.123	3.000	1.000	4.000	0.620	0.582	-0.337
FOMO4	10.000	0.000	2.443	2.000	1.000	4.000	0.866	-0.598	0.245
FOMO5	11.000	0.000	3.000	3.000	1.000	4.000	0.680	-0.549	-0.095
FOMO6	12.000	0.000	2.665	3.000	1.000	4.000	0.779	-0.508	0.036
FOMO7	13.000	0.000	2.867	3.000	1.000	4.000	0.761	-0.181	-0.312
S1	14.000	0.000	3.300	3.000	2.000	4.000	0.490	-0.848	0.491
S2	15.000	0.000	3.251	3.000	1.000	4.000	0.553	0.601	-0.149
S3	16.000	0.000	3.192	3.000	1.000	4.000	0.602	0.219	-0.246
S4	17.000	0.000	3.271	3.000	1.000	4.000	0.596	0.195	-0.320
S5	18.000	0.000	3.246	3.000	1.000	4.000	0.586	0.308	-0.260

	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness
S6	19.000	0.000	3.261	3.000	1.000	4.000	0.592	0.987	-0.439
N1	20.000	0.000	3.197	3.000	1.000	4.000	0.544	0.877	-0.095
N2	21.000	0.000	3.222	3.000	2.000	4.000	0.548	-0.220	0.066
N3	22.000	0.000	3.296	3.000	2.000	4.000	0.580	-0.567	-0.147
N4	23.000	0.000	3.266	3.000	2.000	4.000	0.542	-0.417	0.081
N5	24.000	0.000	3.281	3.000	2.000	4.000	0.539	-0.494	0.089

Lampiran 2

Outer Loadings

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO1	0.690			
FOMO2	0.613			
FOMO3	0.676			
FOMO4	0.678			
FOMO5	0.786			
FOMO6	0.740			
FOMO7	0.801			
N1		0.799		
N2		0.511		
N3		0.709		
N4		0.698		
N5		0.749		
P1			0.828	
P2			0.784	
P3			0.704	
P4			0.727	
P5			0.764	
P6			0.720	
S1				0.586
S2				0.751
S3				0.783

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
S4				0.691
S5				0.764
S6				0.773

Lampiran 3

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
FOMO	0.778	0.805	0.870	0.691
Niat	0.715	0.740	0.837	0.632
Pengetahuan	0.850	0.853	0.889	0.572
Sikap	0.803	0.807	0.871	0.628

Lampiran 4

Cross Loadings

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO5	0.861	0.500	0.494	0.530
FOMO6	0.752	0.352	0.381	0.359
FOMO7	0.874	0.497	0.367	0.534
N1	0.560	0.835	0.511	0.607
N3	0.301	0.750	0.298	0.437
N5	0.402	0.798	0.365	0.511
P1	0.365	0.391	0.830	0.311
P2	0.415	0.406	0.785	0.358
P3	0.381	0.389	0.713	0.314
P4	0.273	0.282	0.726	0.283
P5	0.364	0.412	0.756	0.400
P6	0.437	0.398	0.719	0.358
S2	0.486	0.490	0.393	0.775
S3	0.511	0.567	0.395	0.804
S5	0.364	0.479	0.311	0.786
S6	0.468	0.557	0.324	0.805

Lampiran 5

Fornell-Larcker Criterion

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO	0.831			
Niat	0.550	0.795		
Pengetahuan	0.499	0.509	0.756	
Sikap	0.582	0.663	0.451	0.793

Lampiran 6

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO				
Niat	0.695			
Pengetahuan	0.605	0.622		
Sikap	0.714	0.853	0.537	

Lampiran 7

Model_Fit Fit Summary

Column1	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.078	0.078
d ULS	0.826	0.826
d G	0.259	0.259
Chi-Square	308.741	308.741
NFI	0.782	0.782

Lampiran 8

Inner VIF Values

Column1	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO		1.691		1.331
Niat				
Pengetahuan		1.405		1.331
Sikap		1.595		

Lampiran 9

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Niat	0.513	0.505
Sikap	0.373	0.367

Lampiran 10

F Square

	FOMO	Niat	Pengetahuan	Sikap
FOMO		0.036		0.270
Niat				
Pengetahuan		0.065		0.055
Sikap		0.281		

Lampiran 11

Path Coefficients

Mean, STEDV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
FOMO -> Niat	0.172	0.173	0.073	2.346	0.010
FOMO -> Sikap	0.475	0.475	0.065	7.257	0.000
Pengetahuan -> Niat	0.212	0.211	0.066	3.226	0.001
Pengetahuan -> Sikap	0.214	0.218	0.071	3.018	0.001
Sikap -> Niat	0.468	0.468	0.067	6.932	0.000

N=203

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
1	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	2	4	3	2	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2
4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4
5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
6	3	3	4	3	3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	2	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
13	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3
14	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
15	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
17	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	4	2	4	4	3	3	4	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
22	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
23	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3
24	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
26	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	2	2	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
29	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
30	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	1	3	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3
33	1	2	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
34	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
38	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3
41	3	3	2	3	4	1	3	1	3	1	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
42	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
43	3	2	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2
44	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
45	2	3	2	1	2	1	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
46	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	2	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
48	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3
51	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
52	3	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
53	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3
54	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
55	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
56	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4
58	2	2	1	3	3	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	2	1	2	3	3	4
59	3	4	1	3	4	1	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3
60	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
61	4	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
62	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
63	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	4	1	1	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4
64	3	2	2	4	3	1	2	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
65	2	3	2	1	4	2	4	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3
66	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	3	4	2	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
68	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
69	3	2	1	3	3	1	2	1	1	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3
70	4	4	1	4	4	3	4	2	3	1	3	1	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4
71	2	4	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
72	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
73	2	2	1	1	3	1	2	1	3	1	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
74	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
75	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	2	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
78	3	2	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3
79	3	3	1	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
80	3	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	4	1	1	1	2	3	2
82	2	3	2	2	3	1	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
83	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2
85	1	1	1	2	2	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
86	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
87	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3
88	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
89	2	3	2	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
90	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
91	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4
93	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
94	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
95	3	3	2	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
96	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
97	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	4	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
101	2	2	1	2	2	1	2	2	3	1	2	1	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
102	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3
103	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
105	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
106	4	4	3	3	4	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2
107	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
108	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
110	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	3	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
115	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
116	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
117	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
118	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
120	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
122	4	4	4	4	4	3	3	2	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
123	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
124	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
125	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
126	3	3	4	4	3	2	2	2	2	1	2	1	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3
127	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3
128	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3
129	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
130	3	3	1	4	3	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
131	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
132	3	3	2	3	4	2	4	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4
133	3	3	3	3	3	1	3	2	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
134	2	2	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4
135	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
136	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	4	4	3	2	3	3	2	4	3
137	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3
138	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
140	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3
141	4	4	4	4	4	3	2	1	2	1	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
142	3	3	3	3	4	4	3	2	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
145	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3
146	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
147	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
148	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149	3	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
150	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
151	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
152	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3
153	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
154	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
155	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
156	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3
157	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4
158	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
159	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
160	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
161	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
162	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
163	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
164	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
165	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	3	3	4	3	4	3	3	1	3	1	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
167	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4
168	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3
169	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
170	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
171	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
172	3	3	4	3	4	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
173	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
174	3	3	4	4	4	3	3	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	3	4	2	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
176	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
177	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3
178	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3
179	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3
180	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4
181	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	FOMO1	FOMO2	FOMO3	FOMO4	FOMO5	FOMO6	FOMO7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	N1	N2	N3	N4
182	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
183	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
184	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
185	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3
186	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
187	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
188	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3
189	3	3	4	4	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
190	3	4	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
191	4	3	4	4	4	3	2	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
192	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
193	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
194	3	4	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
195	2	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
196	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
197	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
198	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4
199	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
200	3	3	4	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
201	2	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	2	1	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4
202	4	3	4	3	3	4	2	2	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3
203	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3