

PENGARUH E-WOM, *E-SERVICE QUALITY*, DAN *FINANCIAL RESILIENCE* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FASILITAS SHOPEE PINJAM PADA MASYARAKAT PURWOKERTO DENGAN *FINANCIAL SELF-EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Untuk Memenuhi Salah satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)

Oleh:

SEKAR LINTANG SAPUTRI

NIM. 2017202083

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF.K.H. SAIFUDIDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sekar Lintang Saputri

NIM : 2017202083

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh E-Wom, *E-Service Quality*, Dan *Financial Resilience* Terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto Dengan *Financial Self-Efficacy* Sebagai Variabel Moderasi

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali bagian bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 16 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Sekar Lintang Saputri

NIM.20172020883



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH E-WOM, E-SERVICE QUALITY, DAN FINANCIAL
RESILIENCE
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN FASILITAS SHOPEE PINJAM
PADA
MASYARAKAT PURWOKERTO DENGAN FINANCIAL SELF EFFICACY
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yang disusun oleh Saudara **Secar Lintang Saputri NIM 2017202083** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan **Ekonomi dan Keuangan Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**, telah diujikan pada hari **Selasa, 11 Juni 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

Dr. Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.

Naerul Edwin Kiky Aprianto, M.E.

NIP. 19720828 199903 2 004

NIP. 19930414 202012 1 004

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIP. 19930309 202321 2 043

Purwokerto, 20 Juni 2024

Mengesahkan

Dekan.



Dr. H. Jariyatul Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Sekar Lintang Saputri NIM 2017202083 yang berjudul:

**PENGARUH E-WOM, E-SERVICE QUALITY, DAN FINANCIAL RESILIENCE TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN FASILITAS SHOPEE PINJAM PADA MASYARAKAT
PURWOKERTO DENGAN FINANCIAL SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 16 Mei 2024

Pembimbing,



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si

NIDN. 2009039301

MOTTO

“Artinya: dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari Rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir”

(Qs. Yusuf [12]: 60)



PENGARUH E-WOM, E-SERVICE QUALITY, DAN FINANCIAL RESILIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FASILITAS SHOPEE PINJAM PADA MASYARAKAT PURWOKERTO DENGAN FINANCIAL SELF EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

SEKAR LINTANG SAPUTRI

2017202083

Email: sekarlin16@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Fasilitas Shopee Pinjam diperuntukkan untuk orang yang membutuhkan pinjaman dana yang cepat, dan legal. Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman perilaku konsumen dalam penggunaan fasilitas Shopee Pinjam di masyarakat Purwokerto. Dengan memfokuskan pada faktor-faktor seperti E-WOM, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, dan dengan memasukkan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel moderasi dapat memberikan wawasan mengenai sejauh mana keyakinan individu dalam mengelola keuangan mereka sendiri.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer yang digunakan diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Purwokerto yang pernah atau sedang menggunakan Shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling yang berjumlah 120 responden. Alat analisis penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dan *Moderated Regression Analysis*, dibantu dengan software SPSS 16 untuk mengolah data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada analisis regresi model I; E-WOM dan *E-Service Quality* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto, sedangkan *Financial Resilience* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto. Selain itu, pada analisis regresi model II *Financial Self-Efficacy* secara negatif dan signifikan memoderasi E-WOM dan *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto. Selain itu, *Financial Self-Efficacy* secara positif dan signifikan memoderasi *Financial Resilience*, terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto. Hasil tersebut juga dilandasi oleh Q.S. Al-Isra (17:36) yang membahas mengenai kebijaksanaan, dimana dalam konteks variabel penelitian, kebijaksanaan finansial mempengaruhi bagaimana individu merespons dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui E-WOM dan *E-Service Quality*, serta bagaimana mereka mengelola ketahanan finansial mereka (*Financial Resilience*) dalam mengambil keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam.

Kata kunci: E-WOM, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, *Financial Self-Efficacy*, Keputusan Penggunaan, Shopee Pinjam

THE INFLUENCE OF E-WOM, E-SERVICE QUALITY, AND FINANCIAL RESILIENCE ON THE DECISION TO USE SHOPEE LOAN FACILITIES IN THE PURWOKERTO COMMUNITY WITH FINANCIAL SELF EFFICACY AS A MODERATION VARIABEL

SEKAR LINTANG SAPUTRI

2017202083

Email: sekarlin16@gmail.com

*Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

The Shopee Borrow facility is intended for people who need fast and legal loans. This research makes an important contribution to understanding consumer behavior in using Shopee Borrow facilities in the Purwokerto community. By focusing on factors such as E-WOM, E-Service Quality, Financial Resilience, and by including Financial Self-Efficacy as a moderating variable it can provide insight into the extent of individual confidence in managing their own finances.

This research method uses a quantitative approach. The primary data used was obtained through distributing questionnaires with a Likert scale. The population in this research is the people of Purwokerto who have used or are currently using Shopee. The sampling technique used purposive sampling, totaling 120 respondents. This research analysis tool uses Multiple Linear Regression Analysis and Moderated Regression Analysis, assisted by SPSS 16 software to process the data.

The results of this study show that in the regression analysis model I; E-WOM and E-Service Quality partially have a negatif and significant influence on the decision to use Shopee Borrow facilities in the Purwokerto community, while Financial Resilience partially has a positive and significant influence on the decision to use the Shopee Pinjam facility in the Purwokerto community. Apart from that, in the regression analysis model II Financial Self-Efficacy negativly and significantly moderates E-WOM and E-Service Quality on the decision to use Shopee Borrow facilities in the Purwokerto community. Apart from that, Financial Self-Efficacy positively and significantly moderates Financial Resilience in the decision to use Shopee Borrow facilities among the people of Purwokerto. These results are also based on Q.S. Al-Isra (17:36) which discusses wisdom, where in the context of research variables, financial wisdom influences how individuals respond and evaluate information obtained through E-WOM and E-Service Quality, as well as how they manage their Financial Resilience in making decisions about using the Shopee Borrow facility.

Keywords: E-WOM, E-Service Quality, Financial Resilience, Financial Self-Efficacy, Usage Decisions, Shopee Pinjam

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

a. Konsonan Tunggal

huruf arab	nama	huruf latin	nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	h	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	ain	'	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef

ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	we
هـ	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

- a. Konsonan *syaddah* karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

- b. Ta' marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a) Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

- b) Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasroh atau dhammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	ditulis	zakât al-fitr
------------	---------	---------------

c. Vokal Pendek

اَ	fathah	Ditulis	a
اِ	kasrah	Ditulis	i
اُ	dammah	Ditulis	u

d. Vokal Panjang

1	fathah + alif	Ditulis	
	جاهلية	Ditulis	<i>jahiliyyah</i>
2	fathah + ya' mati	Ditulis	a
	تانسى	Ditulis	<i>tansa</i>
3	kasrah + ya' mati	Ditulis	i
	كريم	Ditulis	<i>karim</i>
4	dammah	Ditulis	u
	فرض	Ditulis	<i>furud'</i>

e. Vokal Lengkap

1	fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
2	fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	<i>qaul</i>

f. Vokasi Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

انتهم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدايت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

g. Kata Sandang Alif + Lam

a) Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

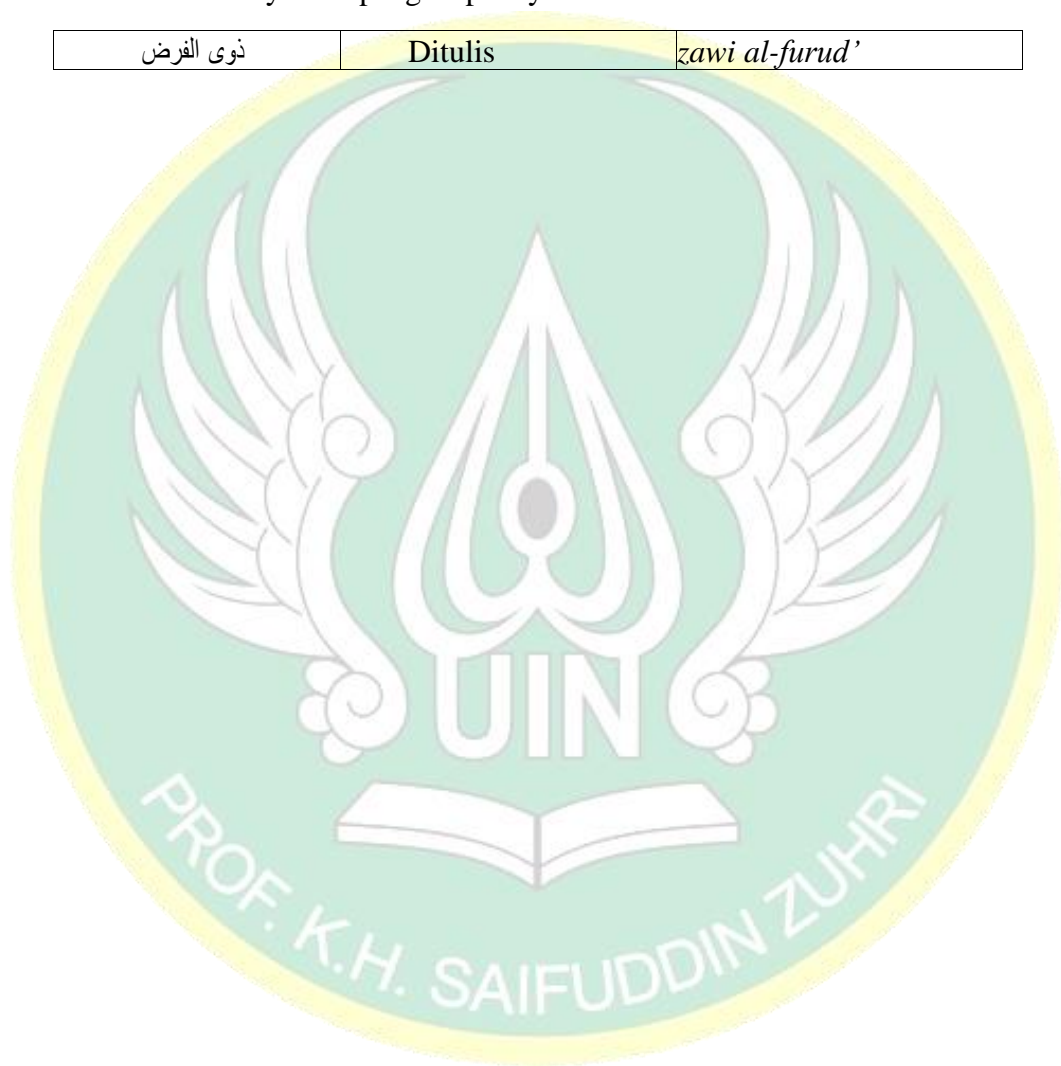
القياس	Ditulis	<i>al-qiyas</i>
--------	---------	-----------------

- b) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkannya l (el)nya

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
--------	---------	-----------------

- h. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat
Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفرض	Ditulis	<i>zawi al-furud'</i>
-----------	---------	-----------------------



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia dari Allah SWT, merupakan perwujudan syukur paling sederhana dari seorang hamba yang telah dikabulkan doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tak lupa sholawat serta salam penulis sanjungkan kepada kekasih langit dan bumi Nabi Agung Muhammad SAW yang telah mendidik manusia dari zaman yang diselimuti oleh kebodohan, ketakutan menuju zaman yang penuh ketenangan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun materil. Oleh karena itu dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini dan mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Sul Khan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

8. Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.S.i, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat serta kesabarannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, kemudahan dalam setiap urusannya, dibalas kebaikannya oleh Allah SWT dan semoga menjadi amal jariyah.
9. Segenap Dosen, Staff, Tata Usaha, dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Teruntuk Ayah dan Ibuku tercinta, yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anak sulungnya. Selalu memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil . Serta doa yang tak pernah putus di setiap langkah proses yang dijalani. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan, kebahagiaan, perlindungan dan diberikan umur yang berkah.
11. Teruntuk Adik tersayang, Juwita Sukmajati, Queensa Amora Rakiyo, dan Qailula Arundaya Prasetyo, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi di sepanjang langkah perjalanan hidup saya.
12. Teruntuk tante saya Fazah Setya dan Muryati, serta Om saya Ari Prasetyo, terimakasih sudah menjadi pelipur lara dikala moment terpuruk dalam hidupku.
13. Teruntuk seseorang dengan NIM.2017204007 terimakasih atas cinta, motivasi, dukungan, kebaikan, serta perhatian yang telah diberikan dan menjadi seseorang yang berarti bagi penulis.
14. Teruntuk sahabat – sahabat penulis, Novante Ramadhani Deka Putri, Melinda Ayu Septiani, Aminita Fauza, Fikko Rafirs Yanuar, Irma Dwi Wulandari, Farah Dilla Hindaini, dan Farida Indriyani, yang selalu membantu disetiap langkah dan proses penyelesaian skripsi ini baik secara waktu, pikiran dan tenaga. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan dalam menjalankan kehidupan ini.
15. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B Angkatan 2020 yang kebersamai selama dibangku perkuliahan, para calon orang sukses di masa depan. Terimakasih telah bersedia menemani dan mendengarkan segala keluh kesah penulis dan terimakasih untuk semua nasehat, bimbingan, serta usahanya yang sering kali berhasil membangkitkan semangat penulis.

16. Semua pihak serta orang yang kenal dan mengenali penulis, mohon maaf tidak bisa penulis sebutkan satu persatu serta semua pembaca yang budiman, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kita meraih impian dan memberikan balasan yang terbaik.
17. Seluruh responden yang telah bersedia membantu penulis dalam pengisian kuisisioner penelitian ini.
18. Teruntuk diri saya sendiri, terimakasih telah mampu bertahan, telah kuat menyelesaikan semuanya hingga akhir, yang terus berusaha, yakin dan tetap berjuang meskipun terkadang banyak hal yang rumit dan menggoyahkan mental.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 19 April 2024



Sekar Lintang Saputri

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB – INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Landasan Teologis	22
C. Penelitian Terdahulu	23
D. Kerangka Pemikiran.....	32
E. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sample Penelitian	37
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	39
E. Pengumpulan Data Penelitian	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Penelitian	50
B. Uji Instrumen Penelitian	56
C. Uji Asumsi Klasik	59
D. Uji Regresi	63
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penyaluran Pinjaman Melalui Fintech.....	2
Tabel 1.2 Perbandingan Shopee Pinjam dengan aplikasi pinjaman lainnya.....	4
Tabel 4.1 Karakteristik responden	54
Tabel 4.2 Karakteristik responden	54
Tabel 4.3 Karakteristik responden	55
Tabel 4.4 Hasil uji validitas	57
Tabel 4.5 Hasil uji reliabilitas	59
Tabel 4.6 Hasil uji normalitas	60
Tabel 4.7 Hasil uji heteroskedastisitas	61
Tabel 4.8 Hasil uji multikolinearitas	62
Tabel 4.9 Hasil uji regresi model 1	63
Tabel 4.10 Hasil uji f Simultan model 1	65
Tabel 4.11 Koefisien determinan	65
Tabel 4.12 Hasil uji regresi model 2	66
Tabel 4.13 Hasil uji f simultan model 2	68
Tabel 4.14 Koefisien determinan	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	95
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	104
Lampiran 3 Output Data SPSS.....	150
Lampiran 4 Distribusi Kuisisioner.....	164
Lampiran 5 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	165
Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	167
Lampiran 7 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris	168
Lampiran 8 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab	169
Lampiran 9 Sertifikat Ujian BTA-PPI	170
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	171



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, fasilitas keuangan pun menjadi semakin berkembang yang memunculkan adanya *Fintech*. *National Digital Research Center* (NDRC) mendefinisikan *Fintech* sebagai langkah inovatif menuju layanan keuangan. *Fintech*, dalam konteks layanan keuangan, mengacu pada inovasi keuangan yang dipadukan dengan teknologi modern. Transaksi layanan *Fintech*, mencakup berbagai transaksi, termasuk transfer, pembayaran, investasi, kredit online, dan rencana keuangan (Winarto, 2020).

Fintech adalah singkatan dari "*financial technology*" atau dalam bahasa Indonesia berarti "teknologi finansial". *Fintech* mengacu pada inovasi teknologi yang diterapkan dalam sektor jasa keuangan untuk meningkatkan, mengotomatisasi, dan memudahkan layanan keuangan. Ini mencakup berbagai produk dan layanan keuangan yang berbasis teknologi, seperti pembayaran digital, pinjaman online, investasi, asuransi, dan pengelolaan keuangan pribadi. *Fintech* menggabungkan teknologi informasi dan komunikasi dengan layanan keuangan tradisional untuk menciptakan pengalaman yang lebih efisien, transparan, dan terjangkau bagi konsumen dan bisnis. Perkembangan *Fintech* di Indonesia telah mengalami lonjakan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dengan populasi yang besar dan penggunaan internet yang semakin luas, pasar *Fintech* Indonesia telah menjadi salah satu yang paling menjanjikan di Asia Tenggara. Berbagai jenis layanan *Fintech* telah muncul, mulai dari pembayaran digital, pinjaman *peer-to-peer*, investasi online, hingga asuransi mikro. Platform-platform *Fintech* seperti GoPay, OVO, dan Dana telah menjadi begitu merakyat dan menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain itu, regulasi yang lebih terbuka dari pemerintah Indonesia terhadap inovasi *Fintech* telah memfasilitasi pertumbuhan sektor ini. Namun, tantangan seperti keamanan data dan inklusi keuangan masih perlu diatasi untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif di masa mendatang. Dengan demikian, perkembangan *Fintech* di

Indonesia menjanjikan potensi besar untuk merubah lanskap keuangan dan ekonomi negara ini secara keseluruhan (Hiyanti et al., 2020).

Dalam dunia *Fintech*, pembiayaan bisa disebut dengan *Peer to Peer Lending* (P2P Lending) atau Pinjaman Online. Pinjaman Online semakin banyak diminati, hal tersebut dikarenakan Pinjaman Online sangat mudah diajukan jika dibandingkan dengan mengajukan pembiayaan di Bank.

Dengan hanya menggunakan persyaratan yang berupa KTP, KK, NPWP, dan slip gaji, siapapun bisa menjadi pengguna Pinjaman Online yang dianggap dapat mengurangi beban finansial. Selain itu, proses cairnya pembiayaan sangat singkat dimana hanya memerlukan waktu kurang lebih 24 jam saja. Faktor-faktor diatas semakin memicu meningkatnya fenomena penggunaan fasilitas Pinjaman Online (Solekhan, 2023).

Dilansir dari www.ojk.go.id (2024), berikut tabel penyaluran pinjaman melalui *Fintech* kepada penerima pinjaman di Indonesia pada bulan Maret 2023 dan Maret 2024 (Milliar Rp):

Tabel 1. 1 Jumlah Penyaluran Pinjaman Melalui Fintech

Lokasi	Maret 2023	Maret 2024
Jawa	299.537,37	489.961,57
Luar Jawa	62.659,60	111.451,84
JUMLAH	362.196,97	601.413,41

Dari data diatas, menyatakan bahwa penyaluran pinjaman pada penerima pinjaman peningkatan dimana pada bulan Maret 2023 sebesar Rp362.196.970.000, sedangkan pada bulan Maret 2024 sebesar Rp601.413.410.000. Meningkatnya nominal penyaluran pinjaman diatas dapat menjadi bukti bahwa dalam rentan waktu satu tahun nasabah yang melakukan pinjaman online mengalami peningkatan yang cukup pesat. Peningkatan tersebut memicu banyak penyedia layanan pinjaman online berlomba-lomba dalam menyediakan platform layanan pinjaman online dengan pelayanan terbaik.

Langkah yang ditempuh oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan menerbitkan Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, paling tidak bisa menjadi bukti awal adanya proporsi khusus untuk regulasi jasa keuangan berbasis aktivitas di Indonesia. Selain ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen terkait keamanan dana dan data, POJK tersebut juga bertujuan untuk melindungi kepentingan nasional terkait dengan pencegahan kegiatan pencucian uang (*money laundering*), pendanaan terorisme, dan stabilitas sistem keuangan. Di lain pihak, Bank Indonesia juga telah menetapkan regulasi bagi para penyelenggara *Fintech* yang aktivitasnya terkait dengan sistem pembayaran. Hal ini tertuang Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial dan ketentuan pelaksanaannya dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 19/14/PADG/2017 tentang Ruang Uji Coba Terbatas (*Regulatory Sandbox*) Teknologi Finansial dan PADG No. 19/15/PADG/2017 tentang Tata Cara Pendaftaran, Penyampaian Informasi, dan Pemantauan Penyelenggara Teknologi Finansial. Salah satu poin penting yang tertuang dalam peraturan tersebut adalah ditetapkannya kewajiban para penyelenggara *Fintech* di bidang jasa sistem pembayaran keuangan untuk melakukan pendaftaran kepada Bank Indonesia. Selain itu, para penyelenggara diwajibkan untuk melakukan uji coba terbatas atas produk layanan teknologi dan/model bisnis keuangannya dalam *Regulatory Sandbox*. Pendekatan *Regulatory Sandbox* ini akan membantu regulator memahami risiko yang mungkin muncul jika suatu produk *Fintech* digunakan secara luas, namun berada dalam lingkungan yang terkendali. Hal tersebut akan membantu para penyelenggara *Fintech*, terutama perusahaan pemula (*start-up*), untuk menguji produk tanpa harus menanggung biaya penuh regulasi atau menghadapi tindakan penegakkan hukum. Substansi dari regulasi-regulasi tersebut tentunya untuk memastikan agar penyelenggara *Fintech* tidak “*run fast and break things*”. Dengan berbagai regulasi tersebut diharapkan akan tercipta ekosistem *Fintech* yang sehat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan dan inklusif, dengan tetap menjaga stabilitas moneter, stabilitas

sistem keuangan, serta sistem pembayaran yang efisien, lancar, aman, dan andal (Nizar, 2020).

Salah satu aplikasi yang memiliki fasilitas Pinjaman Online adalah aplikasi Shopee yang dinamakan Shopee Pinjam. Fasilitas Shopee Pinjam baru dirilis pada tahun 2021, dimana fasilitas ini diperuntukkan untuk orang yang membutuhkan pinjaman dana yang cepat dan legal. Fasilitas Pinjaman Online berbasis *Fintech* ini bekerja sama dengan PT Lentera Dana Nusantara sebagai pihak penyelenggara pinjaman legal yang sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan. Dengan menggunakan fasilitas Shopee Pinjam pada aplikasi mobile Shopee, pengguna dapat mengajukan pinjaman dengan limit yang berbeda-beda yaitu dari Rp 500.000,- (lima ratus ribu rupiah), sampai Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah), dengan proses yang mudah, cepat, dan tanpa agunan (Fatimah, 2021).

Dilansir dari www.lenteradana.co.id, PT. Lentera Dana Nusantara telah mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah dana pinjaman yang disalurkan melalui fasilitas Shopee Pinjam sejak pertama kali berdiri. Saat mulai beroperasi, total dana pinjaman yang disalurkan adalah sebesar Rp168,361,413,230. Namun, hingga data terbaru pada tanggal 3 Juni 2024, jumlah tersebut telah meningkat menjadi Rp309,542,611,252. Peningkatan ini mencerminkan pertumbuhan pesat dalam adopsi layanan pinjaman berbasis teknologi informasi yang ditawarkan oleh PT. Lentera Dana Nusantara, terutama melalui platform *e-commerce* Shopee. Fasilitas Shopee Pinjam atau SPinjam menyediakan pinjaman tunai dengan cicilan bulanan yang menarik bagi banyak pengguna Shopee, sehingga mendorong pertumbuhan jumlah dana yang disalurkan.

Terdapat beberapa perbedaan atau perbandingan dari fasilitas Shopee Pinjam dengan aplikasi penyedia fasilitas pembiayaan lainnya terutama dalam sistem bunga. Para pengguna fasilitas ini bisaanya akan cenderung memilih aplikasi pinjaman online dengan bunga yang kecil dan tenor yang sesuai. Berikut perbedaan fasilitas Shopee Pinjam dengan aplikasi penyedia fasilitas pinjaman online lain:

Tabel 1. 2 Perbandingan Shopee Pinjam dengan aplikasi pinjaman lainnya

Nama Aplikasi	Besar Limit Pinjaman Maksimal	Bunga Per Bulan	Tenor	Status Legalitas
Shopee Pinjam	Rp15.000.000,00	Mulai dari 1,95%	2 bulan - 12 bulan	Legal
Akulaku	Rp20.000.000,00	1% - 4%	1 bulan - 15 bulan	Legal
Jenius	Rp20.000.000,00	3,5%	1 bulan - 36 bulan	Legal
Adakami	Rp20.000.000,00	3%	3 bulan - 12 bulan	Legal
Kredivo	Rp30.000.000,00	2,95%	1 bulan - 12 bulan	Legal

Sumber: Aplikasi Pinjaman Online Terbaik & Terpercaya, (2023)

Dari tabel perbedan diatas, menyatakan bahwa fitur Shopee Pinjam memiliki besaran bunga bulanan cenderung rendah yaitu mulai dari 1,95%. Hal tersebut menjadi salah satu faktor mengapa masyarakat banyak memutuskan untuk menggunakan Shopee Pinjam. Terdapat beberapa faktor lain yang memicu perilaku konsumen dalam keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Kotler & Keller (2009) dalam Sunyoto & Saksono (2022) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen adalah cabang penelitian yang mempelajari bagaimana orang, komunitas, dan organisasi memilih, membeli dan menggunakan produk, memanfaatkan dan mendapatkan keuntungan dari barang, jasa, konsep, maupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka. Beberapa faktor yang menimbulkan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam yaitu E-WOM, E-Service Quality, Financial Resilience, dan Financial Self Efficacy.

Dalam merinci pemilihan faktor-faktor kunci, penelitian ini memandang pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* (E-WOM) sebagai elemen penting yang mencerminkan peran media sosial dan interaksi online dalam membentuk keputusan konsumen. Selanjutnya, pemberian perhatian khusus terhadap kualitas

layanan online (*E-Service Quality*) menggambarkan kesadaran akan pentingnya pengalaman pelanggan dalam lingkungan *e-commerce* yang semakin maju. Selain itu, pentingnya *Financial Resilience* sebagai faktor pengaruh menunjukkan pemahaman mendalam terhadap tantangan finansial yang dihadapi oleh individu dalam konteks penggunaan fasilitas pinjaman. Penggabungan *Financial Self Efficacy* sebagai variabel Moderasi mencerminkan keinginan untuk memahami peran faktor psikologis dalam proses pengambilan keputusan keuangan.

Malik (2013) dalam (Laksmi & Oktafani, 2016) mendefinisikan bahwa E-WOM adalah pernyataan baik positif maupun negatif mengenai yang berasal dari pelanggan potensial, pelanggan aktual, maupun mantan pelanggan mengenai produk, jasa, maupun perusahaan melalui internet. Dampak dari efektif yaitu adanya metode E-WOM, dimana E-WOM dirasa lebih baik jika dibandingkan dengan *Word Of Mouth* yang dilakukan secara offline. Hal tersebut dikarenakan jangkauan dari E-WOM itu sendiri yang lebih luas, dimana masyarakat dapat menggunakan internet sebagai wadah dalam berbagi pengalaman positif maupun negatifnya terhadap penggunaan suatu fasilitas maupun aplikasi (Iman Prayoga & M. Rachman Mulyandi, 2020). E-WOM berperan dalam proses pengenalan fasilitas Shopee Pinjam dari mulut ke mulut dimana cara tersebut merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam proses pengenalan fasilitas *Fintech* tersebut. Salah satu bagian dari E-WOM yaitu ulasan atau review dari orang lain terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan fasilitas Shopee Pinjam, dimana dengan adanya ulasan atau review tersebut tentu saja akan mempengaruhi minat orang lain sehingga tertarik untuk menggunakan Shopee Pinjam. Pengaruh E-WOM berupa review merupakan salah satu tonggak pertama pemasaran dunia digital yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. E-WOM dapat mempengaruhi rangsangan pemasaran berupa informasi seperti produk, harga, dan pelayanan (Sunyoto & Saksono, 2022).

E-Service Quality dapat diartikan sebagai teori yang dikembangkan dari *Service Quality* atau kualitas fasilitas yang diberikan maupun dilakukan melalui jaringan internet. Kualitas fasilitas merupakan salah satu aspek yang paling utama yang mempengaruhi keberlanjutan suatu bisnis dan sebuah keunggulan kompetitif

pada perusahaan (Akhmadi & Martini, 2020). Santos (2003) mengemukakan *E-Service Quality* dapat dijadikan sebagai objek penilaian dan evaluasi secara menyeluruh dari pelanggan mengenai sebuah keunggulan dan kualitas yang disampaikan melalui internet, yang dalam hal ini adalah fasilitas Shopee Pinjam. *E-Service Quality* dapat menunjukkan sejauh dan sebaik mana Shopee Pinjam dalam memfasilitasi nasabah yang akan melakukan pinjaman online (Firdausya & Oktini, 2019). *E-Service Quality* memberikan pengaruh terhadap perilaku dimana ketika masyarakat sudah mengetahui seberapa baiknya kualitas *E-Service Quality* mengenai fasilitas Shopee Pinjam mereka akan semakin yakin dalam melakukan pengajuan pinjaman online menggunakan Shopee Pinjam.

Dikemukakan oleh Salignac et al., (2021), dalam (Zainuri, 2022), *Financial Resilience* telah menjadi topik moneter yang cukup menjadi sorotan sejak keuangan 2008-2009 mengalami krisis. *Financial Resilience* mengalami peningkatan seiring dengan system keuangan yang perlahan mulai stabil. Hal tersebut dapat dilihat dari keadaan dimana system keuangan domestic berfungsi secara efektif, efisien, dan dapat menahan kerentanan internal dan eksternal dibawah rasio dana dan sumber daya keuangan yang berkontribusi pada pertumbuhan dan stabilitas nasional ekonomi. Dengan kata lain, *Financial Resilience* bagi individu dapat diartikan sebagai kemampuan untuk bertahan dan mengatasi peristiwa dalam hidup itu berdampak pada pendapatan rumah tangga dan atau asset (Setyorini et al., 2021). Dalam kaitannya dengan penelitian ini, *Financial Resilience* dikaitkan dengan bagaimana seorang dapat bertahan dari peristiwa finansial berupa adanya tanggungan angsuran yang harus dibayarkan setiap bulan akibat dari nasabah melakukan pinjaman online melalui fasilitas Shopee Pinjam.

Bandura (1977) dalam (Pramedi & Haryono, 2021), *Financial Self-Efficacy* dapat didefinisikan sebagai keyakinan atau rasa percaya diri yang dimiliki oleh seseorang terkait kemampuannya dalam mengelola tindakan untuk mencapai tujuan keuangan. Hal ini juga merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Ormrod (2008) dalam (Sari & Listiadi, 2021), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Financial Self-Efficacy*, seperti pengalaman masa lalu yang

melibatkan keberhasilan dan kegagalan, pesan yang diterima dari orang lain, serta keberhasilan dan kegagalan yang diamati dari individu atau kelompok lain. Namun, pada dasarnya *Financial Self-Efficacy* bergantung pada sikap pribadi masing-masing individu karena terkait dengan refleksi diri. Lown (2011) mengemukakan bahwa ada enam indikator dalam *Financial Self-Efficacy*, yang meliputi kemampuan untuk merencanakan pengeluaran keuangan, mencapai target keuangan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, mengambil keputusan dalam menghadapi situasi yang tidak terduga, menghadapi tantangan keuangan, serta keyakinan dalam mengelola keuangan (Sari & Listiadi, 2021).

Dalam penelitian ini, *Financial Self Efficacy* digunakan sebagai variabel Moderasi E-WOM, *Electonic Service Quality*, dan *Financial Resilience* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Apabila seseorang memiliki sikap yang baik terkait keuangan dan didukung oleh keyakinan akan kemampuannya dalam hal keuangan, maka ia mampu mengelola keuangannya dengan tepat. Selain itu, *Financial Self-Efficacy* juga dapat mendorong individu untuk mengambil risiko yang lebih tinggi dalam mengelola keuangan pribadinya. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang baik akan cenderung dapat mengontrol dirinya dalam hal keuangan dengan baik. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa seorang individu yang memiliki tingkat *Financial Self-Efficacy* baik akan bisa mengontrol diri dengan adanya pengaruh-pengaruh terhadap keputusan penggunaan Pinjaman Online menggunakan Shopee Pinjam (Petra & Petra, n.d.).

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman perilaku konsumen dalam mengadopsi inovasi teknologi finansial, khususnya dalam konteks penggunaan fasilitas Shopee Pinjam di masyarakat Purwokerto. Dengan memfokuskan pada faktor-faktor seperti *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Financial Resilience*, penelitian ini membantu mengungkapkan bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi keputusan penggunaan fasilitas pinjaman di Shopee Pinjam. Melalui analisis yang cermat, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana *E-WOM*, *E-Service Quality*, *Financial Resilience* mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan layanan tersebut. Selain itu, dengan memasukkan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi,

penelitian ini juga memberikan wawasan yang berharga tentang sejauh mana keyakinan individu dalam mengelola keuangan mereka sendiri. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh E-WOM, *E-Service Quality*, dan *Financial Resilience* terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai Variabel Moderasi”**.

B. Rumusan Masalah

Supaya penulis skripsi ini dapat lebih fokus dan mencegah agar pembahasannya tidak menyimpang dari inti permasalahan yang akan diteliti, maka penulis memutuskan untuk membatasi cakupan permasalahan yang akan dijelaskan, yaitu hanya akan membahas topik mengenai pengaruh berbagai faktor, seperti *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Financial Resilience*, terhadap keputusan Masyarakat Purwokerto dalam menggunakan fasilitas Shopee Pinjam. Lebih lanjut, penulis akan mengeksplorasi peran *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi dalam hubungan ini.

Dengan mengacu pada pengambilan keputusan mengenai pembatasan masalah, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah E-WOM mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto?
2. Apakah *E-Service Quality* mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto?
3. Apakah *Financial Resilience* mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto?
4. Apakah *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh E-WOM terhadap keputusan masyarakat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam?
5. Apakah *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan masyarakat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam?
6. Apakah *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh *Financial Resilience* terhadap keputusan masyarakat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan merinci perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan pengaruh E-WOM terhadap keputusan masyarakat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan masyarakat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam.
- c. Untuk menjelaskan pengaruh *Financial Resilience* terhadap keputusan masyarakat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam.
- d. Untuk menjelaskan apakah *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh E-WOM terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto.
- e. Untuk menjelaskan apakah *Financial Self-Efficacy* memoderasi *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto.
- f. Untuk menjelaskan apakah *Financial Self-Efficacy* memoderasi *Financial Resilience* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Pengembangan Teori: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori di bidang *e-commerce*, khususnya dalam konteks penggunaan fasilitas pinjam-meminjam Shopee. Temuan-temuan baru dapat memperkaya pemahaman teoritis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan fasilitas tersebut.
- 2) Penguatan Kerangka Konseptual: Hasil penelitian dapat memperkuat dan memvalidasi kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini akan membantu untuk memperjelas hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.
- 3) Kontribusi terhadap Pengetahuan Akademis: Temuan penelitian dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti-peneliti lain yang tertarik dalam bidang penelitian

yang sama. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut dan membantu memperkaya literatur akademis.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Pengguna Shopee Pinjam: Penelitian ini memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan fasilitas pinjaman online. Pengguna dapat lebih memahami kelebihan dan kekurangan layanan yang mereka pilih, serta memperhatikan ulasan dan kualitas layanan yang mungkin tidak selalu mencerminkan kenyataan.
- 2) Bagi Shopee dan Penyedia Layanan Pinjaman Online Lainnya: Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Shopee dan penyedia layanan pinjaman online lainnya untuk meningkatkan kualitas layanan mereka.
- 3) Bagi Peneliti dan Akademisi: Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akademis tentang perilaku konsumen dalam penggunaan layanan pinjaman online. Peneliti dan akademisi dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut, mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan konsumen dan mengembangkan model yang lebih komprehensif.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dari penelitian ini melibatkan 5 bab, dan setiap bab dibagi lagi menjadi beberapa sub-bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan, bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilakukan. Bagian ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan penjelasan mengenai struktur bab-bab selanjutnya.

Bab II adalah Kajian Pustaka, yang mencakup tinjauan literatur, dasar teori, landasan teologis, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III adalah Metode Penelitian, yang berisi informasi tentang jenis metode penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel serta indikator penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

Bab VI adalah Hasil dan Pembahasan, yang membahas gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian, serta analisis hasil penelitian.

Bab V merupakan Penutup, yang berisi kesimpulan dari penelitian serta saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian tersebut.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Kotler & Keller (2009) mendefinisikan bahwa perilaku konsumen merupakan cabang penelitian yang mengkaji bagaimana orang, komunitas, dan organisasi melakukan pemilihan, pembelian, dan penggunaan produk, memanfaatkan dan mendapatkan keuntungan dari barang, jasa, konsep, maupun pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka. Beberapa faktor yang menimbulkan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam yaitu *E-WOM*, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, dan *Financial Self Efficacy*.

Menurut Hasan (2013), perilaku konsumen adalah ilmu tentang tahapan ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau mengatur produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan menurut Sunyoto (2012) dalam (Rojiati et al., 2021), perilaku konsumen mengacu pada bagaimana sikap atau perilaku langsung konsumen yang berkaitan dengan prosedur pengambilan, saat mendapatkan dan memanfaatkan produk atau layanan. Dari pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen merupakan aktivitas yang dilakukan oleh orang atau kelompok (konsumen) saat mereka membeli atau menggunakan barang atau layanan untuk memenuhi kebutuhannya.

Kotler & Keller (2009) dalam (Zusrony, 2016) menerangkan bahwa terdapat faktor yang memengaruhi terbentuknya perilaku konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

a. Faktor Budaya (*Culture Faktor*)

Budaya adalah penentu keinginan dan tingkah laku yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Dalam hal ini perilaku konsumen yang satu akan berbeda-beda dengan perilaku konsumen lainnya karena tidak ada homogenitas dalam kebudayaan itu

sendiri. Terdapat beberapa sub faktor dalam faktor budaya diantaranya sub budaya dan kelas social.

1) Sub Budaya (*Sub-Culture*)

Sub-budaya merupakan bagian dari budaya yang memiliki ciri khas sosial yang lebih spesifik. Sub-budaya mencakup aspek kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Ketika sub-budaya tersebut memiliki populasi yang besar dan kaya akan keanekaragaman, perusahaan cenderung merancang program pemasaran khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2) Kelas Sosial

Di dalam masyarakat terdapat beberapa pengelompokan berdasarkan nilai, minat dan tindakan yang bersifat serupa atau yang lebih dikenal dengan istilah kelas sosial.

b. Faktor Sosial (*Social Faktor*)

Selain budaya, faktor sosial seperti kelompok, keluarga, peran sosial, dan status juga berperan dalam memengaruhi perilaku konsumsi. Berikut penjelasan tentang ketiga faktor tersebut, yaitu kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status.

1.) Kelompok Referensi (*References Group*)

Setiap kelompok, dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok referensi yang biasa disebut dengan kelompok acuan secara umum memiliki pengaruh terhadap anggotanya melalui tiga cara. Pertama, mereka dapat menunjukkan perilaku dan *life style* baru seseorang. Kedua, mereka dapat mempengaruhi sikap serta pendirian individu. Ketiga, mereka dapat menciptakan tekanan sosial yang mempengaruhi pilihan produk dan merek yang dipilih individu. Apabila pengaruh kelompok referensi sangat kuat, pemasar harus menentukan strategi untuk mencapai dan memengaruhi pola pikir dalam kelompok tersebut.

2.) Keluarga (*Family*)

Keluarga berperan penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga menjadi kelompok referensi utama yang memiliki pengaruh yang besar terhadap pola perilaku konsumsi seseorang. Dalam kehidupan konsumen, terdapat dua

kelompok keluarga. Pertama, kelompok keluarga orientasi (*family of orientation*) yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Kedua, kelompok keluarga prokreasi (*family of procreation*) yang terdiri dari pasangan dan anak-anak.

3) Peran dan Status (*Role and Status*)

Setiap orang dalam hidupnya akan aktif berpartisipasi dalam berbagai kelompok, klub, dan organisasi. Kelompok-kelompok ini sering menjadi sumber informasi yang berharga dan memberikan bantuan dalam membentuk nilai perilaku. Dalam sebuah kelompok, posisi atau jabatan dapat ditentukan berdasarkan peran dan status yang mereka miliki. Peran merujuk pada kumpulan tugas yang wajib dilakukan oleh individu, dan setiap peran memiliki tingkat status yang berbeda.

c. Faktor Pribadi

Pemilihan produk oleh konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik individu. Faktor-faktor individu ini meliputi:

1) Usia dan Tahap Siklus Hidup (*Age and Life Cycle Stage*)

Selama perjalanan hidupnya, konsumen akan membeli berbagai jenis barang dan jasa. Konsumen juga terbentuk oleh siklus hidup keluarga, di mana mereka menjadi orang dewasa dan mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Pemasar sangat memperhatikan perubahan dalam siklus hidup ini karena memiliki dampak pada perilaku konsumen.

2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi (*Economic Situation*)

Pola konsumsi dipengaruhi oleh profesi setiap konsumen. Para pemasar berupaya mengenali pekerjaan yang menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk mereka, bahkan bisa menghadirkan produk yang khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu. Selain itu, keputusan dalam memilih produk juga sangat tergantung pada kondisi ekonomi individu.

3) Kepribadian dan Konsep Diri (*Personality and SelfConcept*)

Konsumen memiliki karakteristik maupun kepribadian yang memengaruhi pola perilaku pembelian mereka. Aspek kepribadian, dalam konteks ini, mengacu pada kumpulan sifat psikologis individu yang menyebabkan respons konsisten dan berkelanjutan terhadap rangsangan lingkungan, termasuk dalam hal perilaku pembelian.

4) Gaya Hidup (*Life Style*)

Sikap konsumen yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang serupa kemungkinan memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh keterbatasan keuangan. Perusahaan yang berkomitmen untuk melayani konsumen dengan keterbatasan keuangan akan menyediakan produk dan layanan yang terjangkau.

d. Faktor Psikologis

Pemilihan produk oleh konsumen juga dipengaruhi oleh factor psikologis, yang meliputi:

1) Motivasi dan Persepsi

Motivasi adalah dorongan internal yang mendorong konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu. Misalnya, seseorang mungkin termotivasi untuk menggunakan layanan pinjaman online karena kebutuhan mendesak akan dana. Selain motivasi, hal yang berpengaruh yaitu persepsi, dimana persepsi adalah proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti tentang dunia. Persepsi dapat dipengaruhi oleh iklan, ulasan pengguna, dan pengalaman pribadi dengan suatu produk atau layanan.

2) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pengetahuan atau perasaan konsumen tentang suatu produk atau layanan, sedangkan sikap adalah evaluasi keseluruhan mereka terhadapnya. Keyakinan dan sikap dapat sangat memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

3) Kepribadian dan Gaya Hidup

Kepribadian mencakup karakteristik individu yang konsisten seperti sikap, emosi, dan perilaku. Gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini mereka. Keduanya mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk dan layanan tertentu.

4) *Self-Efficacy*

Self-efficacy adalah keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka untuk melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam

konteks keuangan, *financial self-efficacy* dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan pinjaman berdasarkan keyakinan mereka dalam mengelola keuangan pribadi.

2. *Fintech*

Harefa (2019) dalam (Martinelli, 2021) mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan layanan jasa keuangan, dikenal sebagai *Financial Technology (Fintech)*, melibatkan konsep penggunaan perangkat lunak, internet, dan komunikasi modern. *Fintech* dikembangkan oleh perusahaan *start-up* dengan tujuan menyediakan kemudahan dalam bertransaksi, terutama transaksi keuangan, serta menjadi tantangan bagi perusahaan konvensional yang belum sepenuhnya mengadopsi teknologi. Secara yuridis, definisi *Fintech* dapat ditemukan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) *Fintech*. Menurut Pasal 1 ayat (1) PBI No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (selanjutnya disebut PBI *Fintech*), "Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran". Menurut peraturan tersebut, Teknologi Finansial (*Fintech*) dapat menyelenggarakan aktivitas keuangan yang mencakup:

1. Sistem pembayaran
2. Pendukung pasar
3. Manajemen Investasi dan Manajemen risiko
4. Pinjaman, pembiayaan dan penyediaan modal
5. Jasa finansial lainnya.

Fintech merupakan rangkaian teknologi yang memanfaatkan jejaring internet berawal dari tahun 1966 dengan tujuan mengembangkan bisnis secara global. Pada sekitar tahun 1980 bank mulai menggunakan *Fintech* untuk mempermudah pekerjaan perbankan, kemudian tahun 1990 dengan adanya dukungan dari teknologi jejaring internet yang semakin stabil, maka penggunaan *Fintech* semakin berkembang, maka penggunaan *Fintech* semakin berkembang, seperti misalnya online banking dengan dukungan perangkat lunak

dan jejaring internet yang memadai maka masyarakat telah mulai terbiasa dengan penggunaan *Fintech* (Martinelli, 2021).

3. E-WOM

Hennig – Thureau, Thorsen, Kevin Gwinner, Gianfranco Walsh, Dwayne Gremler, (2004), mengemukakan bahwa E-WOM adalah pemberian ulasan atau pendapat positif atau negatif mengenai produk atau perusahaan oleh pelanggan potensial atau mantan pelanggan, yang dibagikan kepada banyak orang atau lembaga melalui internet. Konsumen cenderung menerima saran dan rekomendasi dari kerabat, teman, dan kolega karena mereka dianggap memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dalam pembicaraan tentang produk yang dikonsumsi. Menurut Hasan (2010:96), E-WOM merupakan elemen penting dalam program pemasaran yang membantu dalam mengungkapkan pandangan konsumen terhadap merek. Dalam konteks branding online, pengaruh E-WOM yang kuat terlihat dalam membangun dan memperkuat citra merek, sehingga berdampak pada keputusan pembelian saat ini (Agatha et al., 2019).

Selain teori tersebut, terdapat teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yaitu teori komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo dari Ohio State University pada tahun 1980. Teori ini berfokus pada bagaimana individu memproses informasi dan mengambil keputusan, serta bagaimana persuasi dapat dilakukan melalui dua jalur: jalur pusat (*central route*) dan jalur pinggiran (*peripheral route*) konsumen memproses informasi melalui dua jalur, yaitu jalur sentral dan jalur perifer. Jalur sentral melibatkan pemikiran yang mendalam dan pertimbangan yang cermat terhadap informasi yang diterima, sementara jalur perifer melibatkan pemrosesan informasi secara cepat dan kurang mendalam. ELM menyatakan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh sejauh mana mereka memproses informasi secara sistematis (melalui jalur sentral) atau secara heuristik (melalui jalur perifer). Dalam konteks E-WOM, jika konsumen memproses informasi secara perifer, mereka mungkin hanya melihat testimoni atau ulasan dari pengguna lain sebagai sekadar informasi tambahan, tanpa mempertimbangkannya secara mendalam dalam pengambilan keputusan. Faktor-faktor seperti preferensi pribadi, pengalaman sebelumnya, atau atribut layanan yang

lebih dominan dapat menjadi penentu utama dalam keputusan penggunaan layanan (Saputra & Sudarwanto, 2023).

Selain itu, ELM juga menekankan pentingnya keterlibatan konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Jika konsumen memiliki keterlibatan yang rendah terhadap suatu layanan atau produk, mereka cenderung menggunakan jalur periferal dalam memproses informasi, sehingga testimoni dari pengguna lain tidak akan mempengaruhi keputusan mereka secara signifikan. Dengan demikian, dalam situasi di mana E-WOM tidak mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan suatu layanan, bisa jadi karena konsumen tidak memproses informasi tersebut secara mendalam atau karena keterlibatan mereka terhadap layanan tersebut rendah, sehingga faktor-faktor lain yang lebih dominan menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan.

4. *E-Service Quality*

Kotler dan Alma (2007) menafsirkan bahwa mutu pelayanan merupakan prosedur pendekatan yang diterapkan perusahaan atau organisasi untuk menunjang perbaikan kualitas yang berkelanjutan, baik dari segi produk maupun pelayanan. Kualitas pelayanan berbasis digital (*E-Service Quality*) sangat penting karena sebagai tolak ukur bagaimana layanan *e-commerce* menghubungkan dan memfasilitasi pelanggan (Berliana & Zulestiana, 2020).

Dari berbagai definisi yang disebutkan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa *E-Service Quality* merujuk pada ukuran untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah platform online atau situs web menyediakan layanan dan fasilitas belanja, transaksi, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif, dengan tujuan memuaskan pelanggan dan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

5. *Financial Resilience*

Menurut Klapper dan Lusardi (2020) dalam (Berliana & Zulestiana, 2020), definisi *Financial Resilience* adalah kemampuan seseorang untuk menghadapi peristiwa kehidupan yang dapat mempengaruhi pendapatan dan/atau kekayaannya dengan baik. Suarez (2015) dalam (Berliana & Zulestiana, 2020) dikemukakan bahwa semakin kuat perekonomian, semakin baik dalam menghadapi krisis.

Mereka mengenalkan dua aspek *Financial Resilience* yang dapat diterapkan dalam tata kelola ekonomi. Aspek pertama adalah kemampuan *Financial Resilience* untuk mengatasi guncangan keuangan. Aspek kedua mencakup kemampuan untuk mengatasi guncangan keuangan dan menemukan solusi untuk masalah keuangan.

6. *Financial Self-Efficacy*

Financial Self-Efficacy merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk merencanakan keuangan pribadi dengan tujuan yang diinginkan (Nisa & Haryono, 2022). Namun, *Financial Self-Efficacy* juga dapat diartikan sebagai keyakinan positif individu terhadap kemampuannya dalam mencapai tujuan keuangan, dengan setiap individu memiliki keyakinan terhadap kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Pengakuan individu terhadap *Self-Efficacy* juga berpengaruh saat menghadapi masalah, termasuk dalam tindakan, pemikiran sebelum bertindak, perasaan, dan motivasi diri (Petra & Petra, n.d.). Pedoman yang digunakan untuk mengukur pengaruh *Financial Self-Efficacy*, berdasarkan Lown (2011), mencakup kemampuan mengatur pengeluaran keuangan, kemampuan mencapai tujuan keuangan, kemampuan mengambil keputusan dalam situasi darurat, kemampuan menghadapi tantangan keuangan, keyakinan dalam mengelola keuangan, dan keyakinan terhadap kondisi keuangan di masa depan.

7. Keputusan Penggunaan

Literatur manajemen menyatakan bahwa suatu keputusan adalah penentuan suatu pilihan. Ada yang menyatakan keputusan sebagai pilihan tentang suatu bagian tindakan atau di sebut *Course Of Action*. Sedangkan menurut Daihani, keputusan adalah suatu pilihan dari strategi tindakan atau disebut *Strategy For Action*. Menurut Hasan, keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam perencanaan. Keputusan dapat berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula (Setyaningsih, 2015).

Philip Kotler, seorang pakar pemasaran terkemuka, dalam pemahamannya tentang keputusan penggunaan, sering menekankan konsep perilaku konsumen dan pengaruhnya dalam konteks pemasaran. Kotler mendefinisikan keputusan

penggunaan sebagai proses di mana konsumen memilih, membeli, menggunakan, atau menolak produk, jasa, atau ide untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Definisi ini memberikan penekanan pada peran konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan bagaimana perusahaan dapat memahami dan merespons kebutuhan serta keinginan konsumen tersebut dalam rangka mencapai tujuan pemasaran mereka (Harianto & Isbanah, 2021).

B. Landasan Teologis

Perilaku konsumen dalam Islam tercermin dalam nilai-nilai kebijaksanaan dalam pengelolaan keuangan. Konsep kebijaksanaan dalam keputusan finansial mengajarkan individu untuk menggunakan sumber daya finansial mereka dengan bijaksana, bertanggung jawab, dan berkelanjutan sesuai dengan ajaran agama. Prinsip kebijaksanaan memandu individu Muslim untuk mempertimbangkan dengan cermat sebelum melakukan pengeluaran atau investasi, serta untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan atau pemborosan. Hal tersebut mencakup penekanan pada pentingnya memiliki pengetahuan yang memadai tentang kondisi finansial pribadi, risiko, dan manfaat dari setiap tindakan keuangan yang diambil. Dengan memahami dan menerapkan konsep kebijaksanaan dalam keputusan finansial mereka, individu diharapkan untuk mencapai kestabilan finansial, menghindari utang yang tidak perlu, serta untuk memberdayakan diri mereka sendiri dan komunitas mereka melalui pengelolaan keuangan yang cerdas dan bertanggung jawab (Nizar, 2020).

Dalam Al-Qur'an, konsep kebijaksanaan (hikmah) memegang peran penting dalam membimbing individu untuk mengambil keputusan yang tepat, terutama dalam hal pengelolaan keuangan dan perilaku konsumen. Dalam Al-Qur'an surah Al-Isra (17:36) dijelaskan mengenai pentingnya memiliki pengetahuan yang memadai sebelum mengambil keputusan (Sakdiah, 2016).

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا {36}

"Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati, semuanya akan diminta pertanggungjawabannya." (Surah Al-Isra, 17:36)

Ayat ini menegaskan bahwa setiap individu bertanggung jawab atas tindakan dan keputusan yang diambilnya. Penting bagi individu untuk memiliki pengetahuan yang memadai sebelum melakukan tindakan atau mengambil keputusan. Dalam konteks perilaku konsumen dan pengambilan keputusan finansial, hal ini menunjukkan bahwa kebijaksanaan memerlukan pemahaman yang baik tentang produk atau layanan yang digunakan, konsekuensi dari penggunaannya, serta dampaknya terhadap kondisi finansial pribadi. Dengan memahami ayat ini, individu diingatkan untuk tidak mengikuti sesuatu tanpa pengetahuan yang memadai. Sebelum menggunakan fasilitas seperti Shopee Pinjam, individu diharapkan untuk melakukan riset dan analisis yang cermat tentang persyaratan, biaya, dan konsekuensi dari penggunaannya. Hal ini sejalan dengan konsep kebijaksanaan (hikmah) dalam Islam, di mana individu dianjurkan untuk bertindak secara bijaksana dan bertanggung jawab dalam mengelola keuangan mereka (Abidin, 2011).

Dalam konteks variabel penelitian, kebijaksanaan finansial mempengaruhi bagaimana individu merespons dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui E-WOM dan *E-Service Quality*, serta bagaimana mereka mengelola ketahanan finansial mereka (*Financial Resilience*) dalam mengambil keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Dengan demikian, konsep kebijaksanaan dari perspektif Al-Qur'an dapat membimbing individu dalam membuat keputusan yang lebih bijaksana terkait dengan penggunaan fasilitas pinjaman, sementara juga memperkuat peran variabel-variabel penelitian yang terkait dalam model analisis (Akhmadi, 2016)

C. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan skripsi ini peneliti mengambil beberapa referensi baik dari buku, skripsi, jurnal, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan peneliti agar dapat memperoleh dan menggali informasi secara lebih dalam dan terperinci mengenai topik penelitian yang dikaji. Dengan demikian, peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Trinik Susmonowai, Husnul Khotimah (2021), "Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada"	Berdasarkan hasil penelitian <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian pada situs Lazada maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap keputusan pembelian pada situs Lazada sebesar 39,3%. 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian pada situs Lazada sebesar 50,2%. 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian pada situs Lazada sebesar 53,9%	1. Memiliki variabel independen yang sama dengan salah satu variabel independen milik peneliti yaitu " <i>Electronic Word-Of-Mouth</i> " 2. Jenis penelitian kuantitatif 3. Menggunakan Skala Likert sebagai skala pengukuran	1. Variabel independen pada penelitian sebelumnya adalah <i>Electronic Word-Of-Mouth</i> dan Persepsi Nilai. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan Variabel <i>Electronic Word-Of-Mouth</i> , <i>Electronic Service Quality</i> , <i>Financial Self Efficacy</i> , dan <i>Financial Resilience</i> . 2. Perbedaan pada studi kasus

		sedangkan sisanya sebesar 46,1% ditentukan oleh variabel lainnya yang tidak ikut dihitung dalam penelitian ini.		
2.	M. Denaldi Denial Akhmadi, Erni Martini (2020), “Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo”	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa <i>E-Service Quality</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Customer aplikasi OVO. 2. Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa <i>E-Service Quality</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> aplikasi OVO. 3. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Customer Satisfaction	1.Salah satu variabel independennya sama yaitu <i>Electronic Service Quality</i> 2.Jenis penelitian menggunakan kuantitatif 3.Skala pengukuran menggunakan skala likert.	1.Variabel independen pada penelitian sebelumnya hanya <i>Electronic Service Quality</i> . Sedangkan pada penelitian ini adalah <i>Electronic Word-Of-Mouth, Electronic Service Quality, Financial Self Efficacy</i> , dan <i>Financial Resilience</i> 2.Perbedaan studi kasus.

		<p>memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> aplikasi OVO. 4. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa <i>E-Service Quality</i> memiliki pengaruh langsung kepada <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> aplikasi OVO.</p>		
3.	<p>Sustiko Harianto, Yuyun Isbanah (2021), "Peran <i>Financial Knowledge, Pendapatan, Locus Of Control, Financial Attitude, Financial SelfEfficacy, Dan Parental Financial Socializati on Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat</i></p>	<p>Hasil penelitian diketahui bahwa faktor yang memengaruhi <i>Financial Management Behavior</i> masyarakat di Kabupaten Sidoarjo adalah pendapatan dan <i>Locus Of Control, Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, dan Financial Socialization</i> tidak berpengaruh</p>	<p>1.Salah satu variabel independennya sama yaitu <i>Financial Self-Efficacy</i> 2. Jenis penelitian menggunakan Kuantitatif.</p>	<p>1.Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel independen <i>Financial Knowledge, Pendapatan, Locus Of Control, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, dan Financial Socialzation</i>. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen</p>

	Di Kabupaten Sidoarjo”	<p>terhadap financial management behavior. Implikasi dalam penelitian ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat Sidoarjo untuk perilaku mengelola keuangan mereka, pengelolaan dana yang dimiliki secara efisien, dan menambah wawasan luas dan kemampuan pengambilan keputusan keuangan. memahami bagaimana pentingnya pendapatan dan kontrol diri terhadap pengeluarannya untuk memiliki perilaku mengelola keuangan yang baik.</p>		<p><i>Electronic Word-Of-Mouth, Electronic Service Quality, Financial Self Efficacy, dan Financial Resilience</i></p> <p>2.Perbedaan studi kasus.</p>
4.	Noni Setyorini, Rr Hawik Ervina Indiworo, Sutrisno (2021), <i>“The Role Financial Literacy</i>	<p>Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat dua hipotesis yang diterima dan dua hipotesis yang ditolak. Hipotesis yang</p>	<p>1.Jenis penelitian menggunakan penelitian kuantitatif 2. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner</p>	<p>1.Dalam penelitian sebelumnya Financial Resilience merupakan variabel dependen. Sedangkan dalam</p>

	<p><i>And Financial Planning To Increase Financial Resilience: Household Behaviour As Mediating Variabel”</i></p>	<p>didukung adalah hipotesis 2 yang menyatakan adanya pengaruh mediasi perilaku rumah tangga terhadap literasi keuangan dan ketahanan keuangan. Sebab, proses literasi keuangan tanpa disiplin mengubah perilaku sederhana rumah tangga tidak akan berdampak pada ketahanan keuangan yang baik di masa pandemi. Selain itu hipotesis 4 menyatakan bahwa pengaruh mediasi perilaku rumah tangga terhadap perencanaan keuangan dan ketahanan keuangan didukung. Dukungan terhadap hipotesis tersebut terjadi karena proses perencanaan keuangan telah mampu diselaraskan dengan perilaku</p>	<p>penelitian ini <i>Financial Resilience</i> merupakan variabel independen 2. Perbedaan studi kasus</p>
--	---	--	--

		keuangan rumah tangga sehingga menghasilkan ketahanan keuangan yang baik.		
5.	Ira Annisa Kumala Dewi, Rochmawati (2020), “Pengaruh <i>Money Attitude</i> Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi: Pengetahuan Dan <i>Financial Self-Efficacy</i> Sebagai Moderasi”	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) <i>Money Attitude</i> berpengaruh positif dan signifikansi terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. 2) Pengetahuan keuangan tidak meModerasi pengaruh antara <i>Money Attitude</i> terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi (3) <i>Financial Self-Efficacy</i> dapat meModerasi pengaruh money attitude terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa dengan baik.	Jenis penelitian kuantitatif Terdapat kesamaan variabel Moderasi yaitu <i>Financial Self-Efficacy</i>	1.Perbedaan pada variabel dependen dan variabel independen.

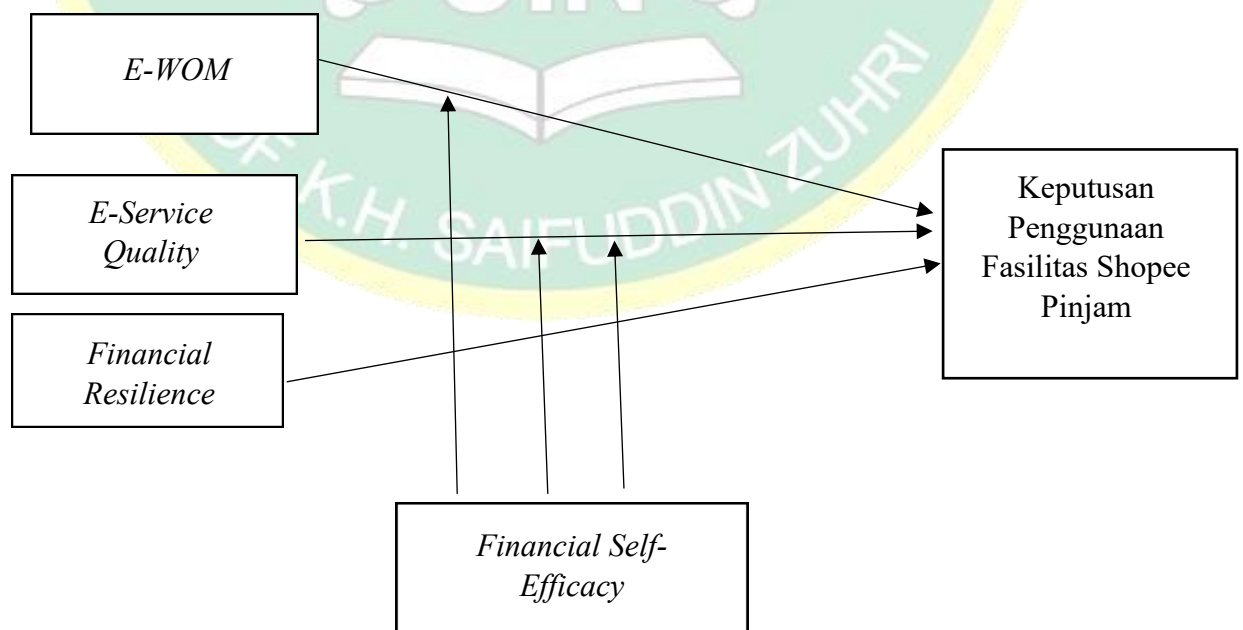
		<p>Penelitian tentang <i>Financial Literacy</i>, <i>Financial Selfefficacy</i> di masa mendatang masih dapat dikembangkan lebih luas dengan melibatkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p>		
6.	<p>Stefani Sindita dan Dhara Shafa (2023), “Penerapan <i>Financial Resilience Terhadap Corporate Social Responsibility</i> Dimana Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening”</p>	<p>Menerapkan Fleksibilitas Finansial Berdasarkan hasil analisis di atas, ketahanan finansial sangat penting untuk bisnis apapun. Penerapan ketahanan keuangan memastikan stabilitas sistem keuangan dan meminimalkan risiko keuangan. Dengan menerapkan ketahanan finansial (<i>Financial Resilience</i>) dapat membantu perusahaan memperkuat tanggung jawab sosialnya dengan menjaga keberlanjutan</p>	<p>1. Terdapat kesamaan variabel independent yaitu <i>Financial Resilience</i> 2. Jenis penelitian kuantitatif</p>	<p>1. Perbedaan pada variabel dependen dan salah satu variabel independen</p>

		operasional dan memastikan bahwa perusahaan dapat mengelola dampak sosial dan lingkungan.		
7.	Novi Ratna Sari, Agung Listiadi, (2021) “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Uang Saku terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan <i>Financial Self-Efficacy</i> sebagai Variabel Intervening”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan baik secara langsung maupun melalui <i>Financial Self-Efficacy</i> (2) Pendidikan keuangan di keluarga berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan baik secara langsung maupun melalui <i>Financial Self-Efficacy</i> (3) uang saku berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan baik secara langsung maupun melalui <i>Financial Self-Efficacy</i> (4) <i>Financial Self-Efficacy</i> memiliki	1.Penggunaan variabel <i>Financial Self-Efficacy</i>	1.Pada penelitian tersebut <i>Financial Self-Efficacy</i> sebagai variabel intervening, bukan moderasi. 2. Perbedaan hasil penelitian

		pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan		
--	--	--	--	--

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan cara di mana seorang peneliti mengilustrasikan secara visual atau diagramatik hubungan antara konsep atau variabel yang telah diajukan (Sugiyono, 2016). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel utama dalam penelitian. Variabel independen meliputi *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Financial Resilience*, yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam. Di samping itu, *Financial Self-Efficacy* diidentifikasi sebagai variabel moderasi yang mungkin mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen. Dengan demikian, kerangka pikir ini akan digunakan untuk menganalisis sejauh mana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam di kalangan masyarakat Purwokerto, maka tersusunlah kerangka pikir sebagai berikut:



E. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang didasarkan pada norma-norma terkait terhadap suatu fenomena atau kasus penelitian, dan akan diperiksa melalui metode atau statistika yang sesuai (Yam & Taufik, 2021).

1. Berdasarkan jurnal yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word-Of-Mouth* Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah”, yang diteliti oleh Adriyati & Indriani (2017) bahwa variabel *Electronic Word-Of-Mouth* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keinginan untuk membeli produk kosmetik Wardah. Berdasarkan penelitian tersebut, hipotesis berikut dibangun untuk penelitian:

H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Electronic Word Of Mouth* terhadap variabel Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto.

2. Berdasarkan jurnal yang berjudul “Pengaruh *Electronic Service Quality* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Penggunaan Aplikasi dan Keputusan Pembelian Sociolla (Studi pada Pengguna Sociolla di Kota Bandung)”, yang diteliti oleh Amartya & Bestari (2022), bahwa pada variabel *Electronic Service Quality* terdapat pengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dan Keputusan Pembelian Sociolla. Berdasarkan penelitian tersebut, menjadi dasar hipotesis untuk penelitian yang dikembangkan, yaitu:

H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Electronic Service Quality* terhadap variabel Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto.

3. Berdasarkan jurnal yang berjudul “*The Role Of Impulsivity And Financial Satisfaction In A Moderated Mediation Model Of Consumer Financial Resilience And Life Satisfaction*”, yang diteliti oleh Muhamad S.Tahir, Ahmas Usman Shahid (2022) , bahwa pada variabel Financial Resilience terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat implusif dan kepuasan finansial masyarakat. Berdasarkan penelitian tersebut, menjadi dasar hipotesis untuk penelitian yang dikembangkan, yaitu:

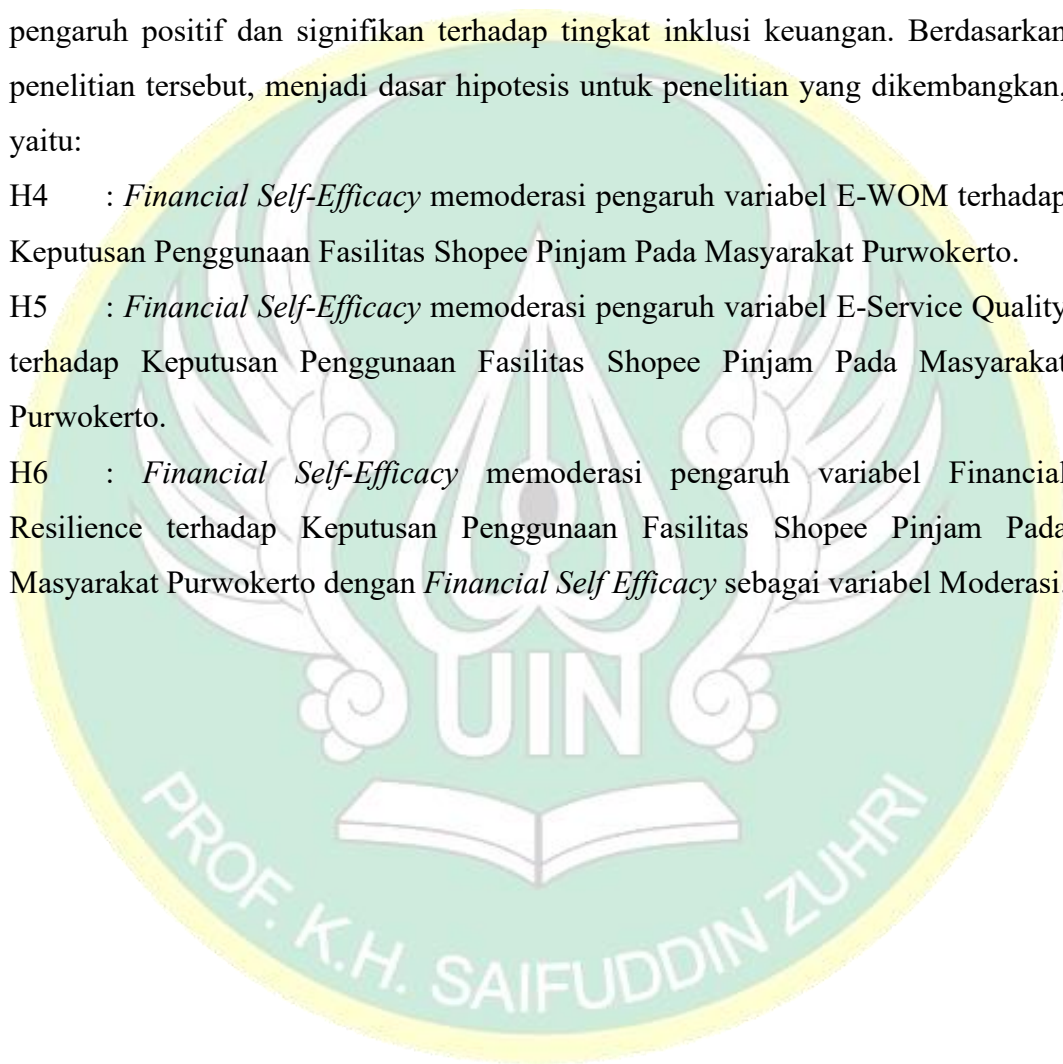
H3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel *Financial Resilience* terhadap variabel Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto.

4. Berdasarkan jurnal yang berjudul “.Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Inklusi Keuangan dengan *Financial Self Efficacy* sebagai variabel Moderasi”, yang diteliti oleh Rofifah (2020) , bahwa pada variabel *Financial Self Efficacy* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat inklusi keuangan. Berdasarkan penelitian tersebut, menjadi dasar hipotesis untuk penelitian yang dikembangkan, yaitu:

H4 : *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh variabel E-WOM terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto.

H5 : *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh variabel E-Service Quality terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto.

H6 : *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh variabel Financial Resilience terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self Efficacy* sebagai variabel Moderasi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Secara keseluruhan, maksud dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dikembangkan dalam penelitian ini. Variabel independen yang termasuk dalam variabel ini adalah *E-WOM*, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, serta *Financial Self-Efficacy*. Ada faktor pendorong lainnya, yaitu keputusan untuk menggunakan layanan Shopee Pinjam dan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel moderasi. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk memperoleh pemahaman atau menyelesaikan permasalahan secara cermat dan terorganisir serta mengumpulkan data dalam bentuk deretan atau himpunan angka (Toto Syatori Nasehudin, 2012).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Purwokerto yang terdiri dari empat kecamatan: Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, dan Purwokerto Timur, dimulai dari bulan Oktober 2023-April 2024. Peneliti memilih Purwokerto karena memiliki kondisi masyarakat yang heterogen, termasuk dari segi ekonomi maupun pekerjaan sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dari berbagai kalangan masyarakat.

C. Populasi dan Sample Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) kelompok sampel atau populasi adalah wilayah yang dikategorikan yang terdiri dari subjek atau objek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti saat melakukan penelitian. Dengan demikian, populasi dapat digunakan untuk menghasilkan kesimpulan. Penelitian ini melihat populasi Kota Purwokerto dari usia produktif hingga non produktif. Menurut www.bps.go.id ada 229.307 orang yang tinggal di Purwokerto. Terlepas dari kenyataan bahwa populasi tidak akan disurvei sebanyak yang diperlukan untuk tujuan penelitian, pengambilan sampel diperlukan.

2. Sampel

Dalam kasus di mana populasi sangat besar dan peneliti tidak memiliki cukup sumber daya, waktu, atau tenaga untuk mempelajari setiap aspeknya, peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Hal tersebut penting untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan. (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, *nonprobability sampling* digunakan khususnya purposive sampling digunakan berdasarkan pertimbangan tertentu. Misalnya, dalam penelitian ini akan berkonsentrasi pada mengevaluasi pilihan pengguna untuk layanan Shopee Pinjam. Oleh karena itu, sampel yang dikumpulkan akan terdiri dari orang-orang yang pernah atau sedang menggunakan layanan tersebut dan dapat memberikan pendapat mereka tentang pengalaman mereka dengan layanan tersebut.

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : ukuran sampel/jumlah responden

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Menurut (Arkuntoro, 2013) dalam (Leksani Dwi Rahayu, 2016), apabila jumlah subjek penelitian kurang dari 100, disarankan untuk mengambil semua subjek tersebut. Namun, jika jumlah subjeknya lebih dari 100, dapat diambil antara 5% hingga 25% dari jumlah tersebut. Mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 229.307 orang, maka presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% atau 0,01. Hasil perhitungannya akan dibulatkan ke atas untuk memastikan validitasnya. Dari penjelasan diatas, maka penelitian menggunakan perhitungan sebagai berikut untuk mencari jumlah sampel:

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

$$= \frac{229.370}{1 + 229370 (0,01)}$$

$$= \frac{229.370}{2294,7} = 99,95$$

Jumlah sampel penelitian adalah 99,95 dan dibulatkan menjadi 100, jadi jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian adalah 100 orang.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Independen

Variabel bebas merujuk pada variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab terhadap variabel terikat (Sugiono, 2017). Dalam konteks penelitian ini, variabel bebas terdiri dari E-WOM (X1), *E-Service Quality* (X2), dan *Financial Resilience* (X3).

b. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2017), variabel terikat merujuk pada variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Keputusan Menggunakan Fasilitas Shopee Pinjam. (Y).

c. Variabel Moderasi

Sugiyono (2017:39) menjelaskan bahwa variabel Moderasi merupakan variabel yang menggambarkan keterkaitan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen (baik positif maupun negatif). Adapun yang menjadi variabel Moderasi pada penelitian ini yaitu *Financial Self-Efficacy*.

2. Indikator Penelitian

a. E-WOM

Litvin, Goldsmith, dan Pan (2006) dalam (Gst. Ayu Atun Luviana et al., 2022) mengemukakan bahwa E-WOM merujuk pada segala bentuk komunikasi

informal yang disampaikan kepada konsumen melalui teknologi berbasis internet, yang terkait dengan penggunaan atau karakteristik tertentu dari barang dan jasa, atau penjual yang menyediakannya. Dalam lingkup ini, terdapat interaksi komunikatif antara produsen dan konsumen, serta antara konsumen satu sama lain, yang merupakan bagian integral dari aliran E-WOM. Perlu dicatat bahwa jenis komunikasi ini secara jelas dibedakan dari bentuk komunikasi melalui media massa.

Goyette et al. (2010:11) menyatakan bahwa dalam mengukur pengaruh E-WOM, mereka menggunakan indikator sebagai berikut:

- 1) Intensitas (*Intensity*)
- 2) Valensi dari pendapat (*Valence of Opinion*)
- 3) Isi (*Content*)

b. *Electronic Service Quality (E-Service Quality)*

E-Service Quality merujuk pada pelayanan berkualitas yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan dalam bisnis ritel online. Pelayanan ini diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian melalui jaringan internet, sebagai upaya perluasan kemampuan situs *e-commerce* untuk efektif dan efisien memfasilitasi aktivitas berbelanja, transaksi, dan pengiriman produk (Hidayah & Utami, 2017).

Berdasarkan Ho dan Lee (2007) terdapat lima dimensi pengukuran *E-Service Quality* yaitu:

- 1) *Information Quality*
- 2) *Security* (keamanan)
- 3) *Website Functionality*
- 4) *Responsiveness*

c. *Financial Resilience*

Danes (2014) dalam (Rizkynanda et al., 2023) mendefinisikan *Financial Resilience* sebagai kemampuan untuk bertahan dan menghadapi peristiwa kehidupan yang berdampak pada pendapatan dan/atau aset rumah tangga. *Financial Resilience* adalah kemampuan dalam mengatasi kesulitan hidup dan setiap orang

mempunyai kapasitas resiliensi yang berbeda-beda tergantung latar belakang dan pengalaman hidupnya, yang dapat digunakan pada saat dibutuhkan.

Menurut Hogarth & Hilgert (2002) terdapat beberapa indikator *Financial Resilience*, yaitu:

- 1) Kapasitas ketahanan
- 2) Kapasitas antisipatif
- 3) Kesadaran
- 4) Pemulihan kemampuan

d. *Financial Self-Efficacy*

Self-Efficacy pertama kali dikenalkan oleh Albert Bandura. Bandura (1977) menyatakan bahwa *Self-Efficacy* merupakan keyakinan individu terkait kemampuan mereka dalam mengorganisir serta melaksanakan suatu aksi atau tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Agar relevan dengan penelitian ini, *Self-Efficacy* dapat dikaitkan dengan konteks keuangan dan bisa disebut dengan *Financial Self-Efficacy* (Rizkiawati Laili & Asandimitra Nadia, 2018). Menurut Forbes dan Kara (2010) *Financial Self-Efficacy* adalah kepercayaan atau keyakinan seseorang atas kemampuannya dalam mencapai tujuan keuangannya dan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya keterampilan keuangan, kepribadian, sosial, maupun faktor lainnya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Financial Self-Efficacy* berdasar Lown (2011) meliputi:

- 1) Kemampuan merencanakan pengeluaran keuangan
- 2) Mencapai target keuangan sesuai dengan tujuan
- 3) Mengambil keputusan jika terjadi hal-hal tidak terduga
- 4) Menghadapi tantangan keuangan
- 5) Keyakinan terhadap pengelola keuangan

e. Keputusan Penggunaan

Keputusan pembelian online adalah suatu proses pilihan yang menggabungkan pemahaman untuk menilai dua atau lebih tindakan alternatif, serta memilih salah satunya berdasarkan keterkaitannya dengan karakteristik pribadi,

penyedia layanan, kualitas situs web, sikap saat pembelian, tujuan berbelanja secara online, dan proses pengambilan keputusan (Amel, 2020).

Indikator keputusan penggunaan yang diadopsi dalam penelitian ini bersumber dari karya-karya penelitian sebelumnya, termasuk kajian yang dilakukan oleh (Childers, Carr, Peck, & Carson, 2001), (Kim, Ferrin, & Rao, 2008), (Karimi, Papamichail, & Holland, 2015), dan (Penia Anggraeni & Putu Nina, 2016).

- 1) Manfaat
- 2) Kualitas
- 3) Keamanan
- 4) Efisiensi

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah masyarakat di Purwokerto. Objek penelitiannya adalah pengaruh *E-WOM*, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, terhadap Keputusan Penggunaan dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi.

2. Sumber Data Primer dan Sekunder

Data yang diperoleh secara langsung selama penelitian disebut sebagai data primer. Dalam penelitian ini, data primer berasal dari kuisioner yang diisi oleh masyarakat Purwokerto yang bersedia berpartisipasi sebagai responden. Sedangkan data sekunder mencakup informasi yang tidak diperoleh secara langsung dari. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup data yang diperoleh melalui internet dan buku-buku atau penelitian sebelumnya yang relevan.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisioner

Pengumpulan data memerlukan alat khusus yang disebut instrumen. Instrumen ini berfungsi sebagai perangkat untuk mengumpulkan informasi dari responden. Contoh salah satu instrumen pengumpulan data adalah kuesioner, yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar (Pranatawijaya et al., 2019).

Dari setiap jawaban responden mengenai daftar pertanyaan yang diajukan, maka selanjutnya beri skor. Skor tersebut yakni antara 1 sampai 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	diberi skor 5
Setuju (ST)	diberi skor 4
Ragu-Ragu (RR)	diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor 1

2. Wawancara

Pengumpulan data melalui metode wawancara merupakan suatu proses interaksi langsung antara peneliti dan responden dengan tujuan memperoleh informasi mendalam mengenai topik penelitian. Proses ini dimulai dengan perencanaan yang teliti, mencakup penetapan tujuan wawancara dan penyusunan pertanyaan terstruktur. Tahapan selanjutnya melibatkan upaya pengembangan hubungan positif dengan responden untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan terbuka. Ketika wawancara dilaksanakan, peneliti menyajikan pertanyaan sesuai rencana, menunjukkan kecermatan mendengarkan, dan memberikan kesempatan kepada responden untuk berbagi pandangan dan pengalaman secara lebih mendalam (Los, n.d.).

Informasi yang diperoleh selama wawancara dicatat atau direkam secara teliti, memastikan bahwa dokumentasi tersebut akurat dan mencerminkan pemahaman yang tepat dari pihak responden. Setelah proses wawancara selesai, dilakukan analisis data yang melibatkan transkripsi jika diperlukan, serta upaya pemahaman lebih lanjut terhadap pola dan temuan yang muncul dari respon responden. Verifikasi data menjadi langkah krusial untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas hasil. Akhirnya, temuan dari wawancara disajikan dalam laporan penelitian sesuai dengan metode analisis yang diterapkan, memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman lebih lanjut terkait dengan topik penelitian.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses evaluasi yang dilakukan untuk menentukan sejauh mana sebuah kuesioner atau alat pengukuran dapat dianggap sah atau valid. Dalam konteks ini, validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Proses uji validitas ini dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat keandalan dan ketepatan yang memadai dalam mengukur variabel atau konsep yang diteliti (Mawardi & Yulizar, 2017).

Dengan melakukan uji validitas, peneliti dapat memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dan memberikan hasil yang dapat dipercaya, sehingga memperkuat keabsahan temuan atau hasil penelitian. Jika suatu kuesioner dianggap tidak valid, interpretasi dan generalisasi dari hasil penelitian dapat menjadi meragukan. Oleh karena itu, uji validitas merupakan langkah kritis dalam proses penelitian guna memastikan kualitas dan keandalan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data (Hidayat, 2021). Berikut adalah teknik korelasi *Product Moment* untuk menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total:

$$r_{xy} = \frac{n \sum I X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara X dan Y

n : Jumlah subjek

$n \sum i$: Jumlah Hasil kali nilai X dan Y

$\sum x$: Jumlah nilai X

$\sum y$: Jumlah nilai Y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat nilai X

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat nilai Y

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu proses untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur atau instrumen konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel atau konsep yang diukur. Reliabilitas merupakan karakteristik kualitas suatu alat ukur dan memberikan gambaran tentang seberapa baik instrumen tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil pada pengukuran yang berulang (Hidayat, 2021).

Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* adalah salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur keandalan atau konsistensi internal suatu alat ukur atau instrumen. Rumus *Alpha Cronbach* menghasilkan koefisien alpha, yang merupakan ukuran sejauh mana item-item dalam instrumen tersebut saling konsisten atau dapat diandalkan. Rumus untuk menghitung koefisien *Alpha* (α) *Cronbach* adalah sebagai berikut:

$$r_i = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum s_{2t}}{s_{2t}} \right\}$$

Keterangan:

r_i : Koefisien *Alpha Cronbach*

k : Banyaknya item

$\sum s_{2t}$: Jumlah varians item

s_{2t} : Varian total

Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Jika nilai cronbach alpha diatas 0,6 maka kuisisioner dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah asumsi dasar yang diperlukan untuk menggunakan regresi terpenuhi. Asumsi klasik yang diperiksa dalam penelitian ini adalah (I Ghozali, 2017):

a. Uji Normalitas

Model regresi yang efektif harus memiliki residual yang berdistribusi normal untuk menilai normalitas data. Untuk mengevaluasi normalitas residu, analisis grafis dan uji statistik sangat diperlukan. Penelitian ini menggunakan uji

Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk mengidentifikasi normalitas data. Berikut adalah kriteria pengujian normalitas data:

- a) Hipotesis nol (H_0): Data memiliki distribusi normal, dengan probabilitas lebih besar dari 0,05 (H_0 diterima).
- b) Hipotesis alternatif (H_a): Data tidak memiliki distribusi normal, dengan probabilitas kurang dari 0,05 (H_a diterima) (Ghozali, 2018).

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat adanya ketdiaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (I Ghozali, 2017). Menurut model penelitian, heteroskedastisitas dapat terjadi ketika ada korelasi yang signifikan antara variabel independen dan nilai absolut dari residu. Oleh karena itu, uji Glejser digunakan untuk mengevaluasi heteroskedastisitas dengan memperkirakan koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut dari residu. Ada kemungkinan bahwa model tidak menunjukkan heteroskedastisitas jika nilai probabilitas lebih besar dari alpha yang telah ditentukan ($\text{Sig.} > 0,05$) (Suliyanto, 2009).

c. Uji Multikolinearitas

Adanya hubungan eksak linier antara variabel penjelas disebut multikonearitas. Hal tersebut dianggap terjadi ketika nilai R^2 tinggi, nilai t dari semua variabel penjelas tidak signifikan, dan nilai F tinggi (Basuki, 2017).

Berkaitan dengan masalah multikolinieritas, Sumodiningrat (1994: 281-182) dalam (Basuki, 2017) mengemukakan bahwa ada 3 hal yang perlu dibahas terlebih dahulu:

- a) Multikolinieritas sebenarnya terjadi dalam sampel. Dalam fungsi regresi populasi (PRF), setiap variabel independen dalam model memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Y . Namun, mungkin ada multikolinieritas dalam beberapa sampel.
- b) Multikolinieritas terkait dengan tingkat, bukan tipe. Artinya, hal tersebut tidak berkaitan dengan apakah korelasi antara variabel independen bersifat negatif atau positif. Sebaliknya, hal tersebut berkaitan dengan adanya korelasi antara variabel independen.

- c) Masalah multikolinieritas tidak akan terjadi dalam model regresi yang memiliki fungsi non-linier. Sebaliknya, hal itu akan terjadi dalam model regresi yang memiliki hubungan linier antara variabel-variabel independen.

Untuk menguji model terdapat efek multikolinieritas yaitu dengan menggunakan (VIF) Variance inflation faktor, ketika nilai dari VIF melebihi dari angka 10 maka dapat dikatakan terdapat efek multikolinieritas pada model. Berikut cara dalam mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi:

- a) Besarnya nilai VIF, pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai $VIF \leq 10$
- b) Besarnya nilai tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai tolerance $\geq 0,1$ (Ghozali, 2013:105).

3. Uji Statistik

a. Uji t Parsial

Uji t Parsial digunakan untuk menilai kelayakan model penelitian ini untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependenden. Uji ini diperlukan dalam mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penjelasan (Ghozali, 2013:98). Jika nilai signifikan (sig) kurang dari 0,05 atau sama dengan 0,05, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan (Ghozali, 2005). Berikut adalah contoh modelnya:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n.$$

Keterangan :

Y : variabel terikat (Prediksi Nilai)

X : variabel bebas

a : konstanta (prediksi nilai saat variabel bebas tidak memengaruhi) b: koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas.

Dalam konteks analisis menggunakan uji t parsial dua arah, arah positif dan negatif mengacu pada efek dari variabel yang diuji terhadap variabel lainnya. Uji t parsial dua arah biasanya digunakan dalam analisis statistik untuk menentukan apakah ada hubungan signifikan antara dua variabel terkait dalam sebuah penelitian. Arah positif menunjukkan bahwa adanya kenaikan dalam satu variabel

diikuti oleh kenaikan dalam variabel lainnya, atau sebaliknya. Artinya, terdapat hubungan positif antara kedua variabel tersebut. Sementara itu, arah negatif menunjukkan bahwa adanya kenaikan dalam satu variabel diikuti oleh penurunan dalam variabel lainnya, atau sebaliknya. Hal ini menandakan adanya hubungan negatif antara kedua variabel tersebut (I Ghozali, 2017).

Dalam konteks uji t parsial dua arah, arah positif atau negatif dapat diamati dalam koefisien korelasi atau estimasi regresi antara kedua variabel. Koefisien korelasi positif menunjukkan hubungan positif antara variabel, sementara koefisien korelasi negatif menunjukkan hubungan negatif. Estimasi regresi positif menunjukkan bahwa kenaikan dalam variabel independen diikuti oleh kenaikan dalam variabel dependen, sementara estimasi regresi negatif menunjukkan hubungan sebaliknya (Janna & Herianto, 2021).

b. Uji f Simultan

Uji Anova (Uji f) diperlukan untuk menilai layak atau tidaknya model penelitian ini serta sebagai penentuan apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Dalam melakukan penilaian kelayakan pada model penelitian ini, digunakan uji Anova (Uji f) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Variabel independen yang diuji secara keseluruhan menunjukkan perkiraan yang signifikan terhadap variabel dependen jika nilai F hitung melebihi nilai F tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05.
- 2) Variabel independen yang diuji secara keseluruhan tidak menunjukkan prediksi yang signifikan terhadap variabel dependen jika nilai F hitung lebih rendah dari nilai F tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Kesimpulannya adalah bahwa variabel independen yang diuji secara keseluruhan tidak memiliki prediksi yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dapat dihitung menggunakan koefisien determinasi. Untuk pengujian ini, nilai R^2 diperoleh dari analisis persamaan regresi digunakan (Bawono, 2006:92). Nilai kriteria R^2 :

- 1) Nilai koefisien determinasi besarnya terletak antara 0 sampai 1, atau ($0 \leq R^2 \leq 1$)
- 2) Nilai 0 menunjukkan bahwa tidak terjadinya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 3) Nilai menunjukkan terdapat hubungan yang sempurna antara variabel bebas dan variabel terikat.

4. Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Analisis data MRA (*Moderated Regression Analysis*) dapat digunakan untuk menguji variabel Moderasi dalam penelitian kuantitatif. Variabel Moderasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam konteks MRA, Moderasi mengacu pada variabel yang memengaruhi sejauh mana atau bagaimana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berubah, tergantung pada tingkat atau kondisi dari variabel Moderasi tersebut.

Analisis Moderasi dalam MRA adalah alat yang berguna untuk memahami bagaimana faktor-faktor tertentu dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam konteks penelitian kuantitatif. Ini memungkinkan peneliti untuk lebih mendalam dalam menganalisis pengaruh variabel Moderasi dalam penelitian mereka. Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Variabel perkalian antara X_1 dan X_2 disebut juga variabel moderat oleh karena menggambarkan pengaruh moderating variabel X_2 terhadap hubungan X_1 dan Y . Sedangkan variabel X_1 dan X_2 merupakan pengaruh langsung dari variabel X_1 dan X_2 terhadap Y (Liana, 2009).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Shopee

Shopee adalah aplikasi online shop atau *marketplace* (platform perdagangan elektronik). Dengan menggunakan Shopee, kita bisa lebih mudah berbelanja, menjelajah, dan menjual produk serta jasa apa saja dan dimana saja. Shopee dapat membantu para penjual lebih mudah menawarkan barang dagangan mereka dan membantu pembeli dalam melakukan transaksi serta berinteraksi langsung dengan para penjual melalui fitur live chatnya. Selain itu, Shopee juga merupakan sarana jual beli online yang menyediakan berbagai jenis produk mulai dari *fashion*, makanan ringan, elektronik, gadget, otomotif, dan masih banyak lagi. Shopee juga telah terintegrasi dengan berbagai dukungan logistik dan juga pembayaran yang bertujuan untuk membuat belanja online menjadi lebih mudah dan aman, baik untuk penjual maupun pembeli. Apabila dibandingkan dengan *platform marketplace* lain, seperti Tokopedia, Bukalapak, OLX, dan lainnya, Shopee termasuk ke dalam perusahaan *marketplace* termuda dan masih minim pengalaman. Akan tetapi, dengan promosi yang cukup gencar, *e-commerce* yang satu ini dapat berdiri sejajar dengan kompetitor yang sudah lebih dulu ada (Liana, 2009).

Pertama kali Shopee diluncurkan adalah pada tahun 2005 tepatnya di Singapura. Sejak saat itu, Shopee mulai memperluas jangkauannya ke Thailand, Indonesia, Malaysia, Vietnam, Filipina, dan Taiwan. Shopee sendiri berdiri di bawah naungan SEA Group atau yang sebelumnya dikenal dengan nama Garena. Dimana perusahaan tersebut didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009. Kini, Shopee telah bermitra dengan lebih dari 70 penyedia layanan kurir yang ada di seluruh pasarnya. Hal tersebut bertujuan untuk menyediakan logistik untuk para penggunanya. Selain itu, Shopee juga berkolaborasi dengan berbagai logistik lokal dan juga penyedia jasa transportasi daring. Tujuan awal dari adanya marketplace Shopee adalah untuk memudahkan bertemunya antara penjual dan juga pembeli dalam satu platform toko online. Tak hanya itu, *marketplace* yang satu ini juga

memiliki tujuan yaitu memudahkan para pembeli untuk memenuhi kebutuhan mereka, mulai dari kebutuhan sehari-hari, *fashion*, elektronik, dan lainnya. Adapun target pasar Shopee adalah orang-orang yang menggunakan internet atau media social (Chong & Ali, 2022).

Shopee resmi masuk ke Indonesia pada tanggal 1 Desember 2015. Chris Feng sebagai pendiri Shopee memang menargetkan Indonesia karena memiliki populasi penduduk yang sangat besar di Asia Tenggara. Selain itu, masyarakat Indonesia yang menggunakan internet juga berkembang sangat pesat dan terus bertambah setiap tahunnya. Sejak awal Shopee diluncurkan di Indonesia, *marketplace* yang satu ini memang sudah menawarkan berbagai macam program menarik untuk menggaet lebih banyak pengguna baru yang ada di Indonesia. Salah satu program yang cukup diminati para pengguna Shopee adalah program gratis ongkir (Saputra & Sudarwanto, 2023).

Di akhir tahun 2019, pertumbuhan *marketplace* Shopee berkembang dengan sangat pesat, khususnya di Indonesia. Di kuartal IV pada tahun 2019, Shopee telah sukses menggeser *marketplace* Tokopedia sebagai salah satu platform belanja online yang paling populer di Indonesia. Disini, Shopee bisa meraih sampai 72,9 juta pengguna. Selain itu, *marketplace* yang dikenal dengan sebutan Si Oren ini juga menjadi salah satu aplikasi *e-commerce* nomor satu di *Google Playstore* Indonesia. Sedangkan di wilayah Asia Tenggara, Shopee telah sukses menggeser posisi Lazada dari sisi unduhan aplikasinya dan kunjungan. Dimana Shopee mampu meraih sampai 2 miliar kunjungan. Lalu jika dilihat dari segi pendapatan, Shopee sudah mampu meraih pendapatan sampai 13,2 triliun rupiah (Rojiati et al., 2021).

Chris Feng sendiri memang masih menjadi founder sekaligus CEO dari perusahaan Shopee. Meski begitu, kepemilikan saham perorangan tetap dari Shopee dan Sea, Ltd. Dimana pemilik saham terbesar tetap dimiliki oleh Forrest Li. Sementara Sea, Ltd yang menjadi naungan Shopee mayoritas sahamnya dimiliki oleh Grup Tencent yang didirikan oleh Ma Huateng. Tapi tidak diketahui persis berapa besar kepemilikan saham Chris Feng di perusahaan Shopee. Selain itu, tidak diketahui pula seberapa besar kekayaan Chris Feng yang sampai saat ini masih menjabat sebagai CEO Shopee.

2. Layanan Shopee Pinjam pada Aplikasi Shopee

Shopee Pinjaman, atau dikenal juga sebagai SPinjam, merujuk pada pinjaman tunai yang diperoleh melalui platform e-commerce Shopee. PT Lentera Dana Nusantara bekerjasama dengan Shopee Pinjam sebagai penyedia dana pinjaman. PT Lentera Dana Nusantara merupakan perusahaan teknologi keuangan yang menghubungkan peminjam dan pemberi pinjaman. Layanan Pinjaman Shopee ini merupakan perluasan dari layanan ShopeePay. Jika Anda menerima undangan untuk mengaktifkan Shopee Pinjam, itu berarti pengirim undangan tersebut adalah pengguna ShopeePaylater. Kedua layanan tersebut dapat digunakan dan diaktifkan dengan cara yang sama. Pelaksanaan perjanjian peminjaman uang melalui aplikasi Shopee dianggap telah memenuhi syarat sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerdara yang mengatur tentang syarat suatu perjanjian. Namun, terdapat ketidaksesuaian dengan Pasal 1338 ayat (3), yang menyebutkan bahwa "suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik." Hal ini dikarenakan masih ada peminjam yang dengan sengaja tidak memenuhi kewajiban pembayaran cicilan pinjaman. Oleh karena itu, dalam prinsip fundamental pelaksanaan perjanjian secara online, penting untuk memahami itikad baik agar dapat mencegah kemungkinan terjadinya masalah dalam pelaksanaan perjanjian peminjaman uang secara online (Mazaya et al., 2023).

Salah satu fitur yang mempermudah pengguna Shopee, baik sebagai "pembeli" maupun "penjual" ketika membutuhkan dana darurat atau kebutuhan mendesak, adalah fitur Shopee Pinjam, yang biasa disingkat sebagai "SPinjam." Fitur ini bekerja sama dengan perusahaan *Fintech* Lentera Dana Nusantara (LDN). Berbeda dengan fitur Shopee lainnya, seperti Shopee PayLater yang menawarkan pinjaman berbasis *Fintech* berupa uang elektronik yang tidak dapat dicairkan dan hanya dapat digunakan untuk berbelanja di *marketplace* Shopee, SPinjam menyediakan layanan pinjaman berbasis *Fintech* yang dana pinjamannya dapat ditransfer langsung ke rekening bank pribadi pengguna Shopee yang mengajukan pinjaman.

Proses aktivasi dan pengajuan pinjaman berbasis *Fintech* pada fitur SPinjam ini sangat mudah dilakukan di mana saja, tidak terbatas oleh ruang dan waktu, serta tidak menyulitkan pengguna. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi Shopee di

perangkat smartphone berbasis Android melalui aplikasi Play Store, kemudian mengikuti panduan yang telah disediakan. Setelah itu, pengguna dapat dengan mudah mengaktifkan SPinjam dan mengisi beberapa data dan dokumen pada aplikasi tersebut. Syarat dan ketentuan dalam proses aktivasi fitur SPinjam dapat ditemukan di website resmi Shopee dan di aplikasi mobile Shopee. Namun, terdapat persyaratan umum yang telah ditetapkan oleh Shopee dan perusahaan Fintech PT. Lentera Dana Nusantara (LDN) sebagai penyelenggara pinjaman, yaitu:

- 1) Warga Negara Indonesia (WNI)
- 2) Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku
- 3) Pengguna berumur 21 tahun atau lebih, atau sudah menikah dan tidak berada di bawah perwalian atau pengampuan
- 4) Mengisi informasi data diri dengan benar dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan
- 5) Melakukan verifikasi wajah
- 6) Memiliki rekening bank atas nama sendiri untuk menerima transfer uang pinjaman
- 7) Menyiapkan data kontak darurat
- 8) Menggunakan aplikasi Shopee terbaru yang dapat diunduh melalui aplikasi Play Store.

Pada fitur SPinjam, telah ditetapkan suku bunga terkecil sebesar 1.95% per bulan yang harus dibayar oleh pengguna layanan pinjaman online ini. Selain itu, dikenakan biaya administrasi hingga 3% per transaksi. Apabila terjadi keterlambatan pembayaran cicilan, pengguna akan dikenakan sanksi denda sekitar 5.0% dari sisa pokok pinjaman, ditambah bunga pinjaman dan bunga keterlambatan dari bulan-bulan sebelumnya jika keterlambatannya berlanjut hingga beberapa bulan. Dalam melakukan pembayaran, pengguna fitur SPinjam diberikan kemudahan dengan banyaknya metode pembayaran yang dapat dipilih, seperti melalui gerai Indomaret, Alfamart, Transfer Bank, dan lain-lain (Fatimah, 2021).

3. Karakteristik Responden

Untuk memudahkan pengidentifikasian responden dan berjalannya penelitian maka diperlukan karakteristik responden. Adapun karakteristiknya seperti jenis pekerjaan, domisili, dan lama penggunaan fasilitas Shopee Pinjam.

1) Jenis Pekerjaan

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Mahasiswa	59	50%
2.	Karyawan Swasta	40	33%
3.	Wiraswasta	12	10%
4.	Tidak Bekerja	9	7%
	Jumlah	120	100%

Dalam penelitian ini, responden yang terlibat berasal dari beragam latar belakang pekerjaan, yang terbagi menjadi empat kategori utama. Pertama, mahasiswa menjadi kelompok terbesar dengan presentase 50%, yang mewakili 59 responden dari total 120. Kehadiran mahasiswa memberikan wawasan dari perspektif akademik yang relevan dengan topik penelitian. Kedua, karyawan swasta menjadi kelompok kedua terbesar dengan presentase 33%, atau 40 responden. Partisipasi mereka menambah dimensi praktis dari sudut pandang dunia kerja dalam penelitian. Ketiga, wiraswasta menyumbang 10% dari total responden, yaitu 12 orang, menunjukkan minat pengusaha kecil dan menengah dalam isu yang diteliti. Terakhir, responden yang tidak bekerja, yang jumlahnya 9 orang atau 7%, memberikan variasi dalam perspektif penelitian tergantung pada karakteristik dan pengalaman hidup masing-masing.

2) Domisili

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan domisili

No.	Domisili	Jumlah	Presentasi
1.	Purwokerto Timur	30	25.2%
2.	Purwokerto Barat	34	28%
3.	Purwokerto Utara	29	24.3%

4.	Purwokerto Selatan	27	22.5%
Jumlah		120	100%

Dalam penelitian ini, analisis terhadap perolehan responden menunjukkan distribusi yang cukup merata berdasarkan domisili. Pertama, responden dengan domisili di Purwokerto Timur, menyumbang 25,2% dari total responden dengan jumlah sebanyak 30 orang. Kehadiran mereka memberikan perspektif dari sudut pandang wilayah timur kota yang mungkin memiliki karakteristik dan dinamika sosial yang berbeda. Selanjutnya, responden dari Purwokerto Barat mencapai 28% dari total dengan jumlah 34 orang, mencerminkan partisipasi yang cukup signifikan dari wilayah barat kota. Hal ini dapat memberikan wawasan tambahan terhadap perbedaan geografis dalam penelitian. Sementara itu, responden dari Purwokerto Utara, dengan presentase 24.3% atau 29 orang, juga memberikan kontribusi yang penting dari segi jumlah. Perspektif dari wilayah utara bisa memberikan informasi tentang dinamika sosial dan ekonomi yang mungkin berbeda dari wilayah lainnya. Terakhir, responden dengan domisili di Purwokerto Selatan, meskipun jumlahnya sedikit lebih rendah, yaitu 22.5% dari total responden dengan jumlah 27 orang, tetap memberikan keragaman dalam data dengan sudut pandang dari wilayah selatan. Dengan demikian, distribusi responden berdasarkan domisili ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang partisipasi dan keragaman latar belakang geografis yang relevan dalam penelitian ini.

3) Lama Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam

Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan

No	Lama Penggunaan	Jumlah	Presentase
1.	1 Tahun	54	46.2%
2.	< 1 Tahun	38	31.6%
3.	> 1 Tahun	28	22.2%
Jumlah		120	100%

Dalam analisis perolehan responden skripsi berdasarkan lama penggunaannya, terlihat adanya variasi yang mencerminkan pengalaman dan keberagaman dalam penggunaan suatu produk, layanan, atau teknologi. Pertama, responden yang telah

menggunakan dengan lama 1 tahun menyumbang 46.2% dari total responden, dengan jumlah sebanyak 54 orang. Kehadiran kelompok ini menunjukkan adanya sebagian besar pengguna yang telah memiliki pengalaman yang cukup signifikan dalam menggunakan produk atau layanan yang diteliti. Selanjutnya, responden yang telah menggunakan dengan lama kurang dari 1 tahun, meskipun jumlahnya sedikit lebih rendah, yaitu 31.6% dari total responden atau 38 orang, tetap memberikan perspektif dari pengguna yang mungkin masih dalam tahap awal penggunaan produk atau layanan tersebut. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang persepsi dan pengalaman awal pengguna terhadap produk atau layanan tersebut. Terakhir, responden dengan lama penggunaan lebih dari 1 tahun, meskipun jumlahnya lebih sedikit, yaitu 22.2% dari total atau 28 orang, tetap memberikan kontribusi penting dengan perspektif dari pengguna yang telah memiliki pengalaman yang cukup lama dalam menggunakan produk atau layanan tersebut. Dengan demikian, distribusi responden berdasarkan lama penggunaannya mencerminkan keragaman pengalaman dan perspektif dalam penggunaan produk atau layanan yang menjadi fokus penelitian ini.

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat diandalkan sebagai alat pengukur. Validitas penelitian dapat terkonfirmasi jika instrumen yang digunakan dalam penelitian efektif dalam mengukur aspek yang diinginkan. Dalam konteks ini, uji validitas juga dapat disebut sebagai uji keandalan butir, yang merujuk pada pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini. Sebuah pertanyaan dianggap valid jika memiliki korelasi yang kuat dengan skor total. Ketika nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel, itu menunjukkan bahwa pertanyaan tersebut dianggap valid atau sah. Sebaliknya, jika nilai r -hitung lebih kecil dari r -tabel, maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid (Ghozali, 2005). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus $df = N - 2$. Nilai r -tabel diperoleh dengan $df = 100 - 2 = 98$, dengan nilai r -tabel untuk df 98 adalah 0,1654 pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$. Di bawah ini adalah hasil uji validitas variabel penelitian:

Tabel 4. 4 Hasil uji validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>E-WOM</i>	X1.1	0,695	0,1654	Valid
	X1.2	0,607	0,1654	Valid
	X1.3	0,692	0,1654	Valid
	X1.4	0,790	0,1654	Valid
	X1.5	0,620	0,1654	Valid
	X1.6	0,792	0,1654	Valid
	X1.7	0,665	0,1654	Valid
	X1.8	0,689	0,1654	Valid
<i>E-Service Quality</i>	X2.1	0,620	0,1654	Valid
	X2.2	0,673	0,1654	Valid
	X2.3	0,683	0,1654	Valid
	X2.4	0,727	0,1654	Valid
	X2.5	0,611	0,1654	Valid
	X2.6	0,758	0,1654	Valid
	X2.7	0,665	0,1654	Valid
	X2.8	0,703	0,1654	Valid
<i>Financial Resilience</i>	X3.1	0,683	0,1654	Valid
	X3.2	0,658	0,1654	Valid
	X3.3	0,739	0,1654	Valid
	X3.4	0,639	0,1654	Valid
	X3.5	0,705	0,1654	Valid
	X3.6	0,652	0,1654	Valid
	X3.7	0,663	0,1654	Valid
	X3.8	0,649	0,1654	Valid
Keputusan Penggunaan	Y1.1	0,637	0,1654	Valid

	Y1.2	0,767	0,1654	Valid
	Y1.3	0,680	0,1654	Valid
	Y1.4	0,606	0,1654	Valid
	Y1.5	0,817	0,1654	Valid
	Y1.6	0,662	0,1654	Valid
	Y1.7	0,602	0,1654	Valid
	Y1.8	0,616	0,1654	Valid
<i>Financial Self-Efficacy</i>	M1.1	0,644	0,1654	Valid
	M1.2	0,650	0,1654	Valid
	M1.3	0,669	0,1654	Valid
	M1.4	0,788	0,1654	Valid
	M1.5	0,748	0,1654	Valid
	M1.6	0,694	0,1654	Valid
	M1.7	0,843	0,1654	Valid
	M1.8	0,624	0,1654	Valid
	M1.9	0,727	0,1654	Valid
	M1.10	0,613	0,1654	Valid

Hasil perhitungan uji validitas yang telah dilakukan pada semua pernyataan sesuai dengan tabel di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan tersebut memiliki nilai r-hitung yang melebihi nilai r-tabel, yaitu $r\text{-hitung} > 0,1654$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian dianggap **valid**.

2. Uji Reliabilitas

Pentingnya uji reliabilitas dalam sebuah penelitian adalah untuk mengevaluasi sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan apakah tingkat ketepatannya tetap konsisten saat melakukan pengukuran ulang. Menurut Ghazali, suatu alat pengukur dianggap reliabel jika nilai reliabilitasnya melebihi 0,60, sementara jika nilai reliabilitas kurang dari 0,60, alat pengukur dianggap tidak reliabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Cronbach's alpha*

untuk menguji reliabilitas. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada variabel penelitian:

Tabel 4. 5 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung <i>cronbach's</i> <i>alpha</i>	Standar Nilai <i>cronbach's</i> <i>alpha</i>	Keterangan
<i>E-WOM</i>	0,765	>0,60	Reliabel
<i>E-Service Quality</i>	0,764	>0,60	Reliabel
<i>Financial Resilience</i>	0,716	>0,60	Reliabel
Keputusan Penggunaan	0,620	>0,60	Reliabel
<i>Financial Self- Efficacy</i>	0,684	>0,60	Reliabel

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dimanfaatkan untuk menguji kenormalan suatu data. Suatu model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal merupakan model regresi yang layak. Dalam melakukan pendeteksian kenormalan residual, maka dapat digunakan dengan uji statistik. Untuk mendeteksi kenormalitasan data, pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorv-Smirno* (K-S). digunakan cara dengan ditentukannya hipotesis terlebih dahulu Berikut kriteria pengujian normalitas data: 1) H_0 : data terdistribusi normal, probabilitas $> 0,05$ (H_0 diterima. 2) H_a : data tidak terdistribusi normal, probabilitas $< 0,05$ (H_a diterima), (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 6 Hasil uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48620358
Most Extreme Differences Absolute		.080
	Positive	.040
	Negatif	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.879
Asymp. Sig. (2-tailed)		.422
a. Test distribution is Normal.		

Bersumber pada hasil persamaan uji normalitas yang terdapat pada tabel diatas menggunakan metode Kolmogorov smirno (K-S) dihasilkan nilai Sig. 0.422 > 0.05, yang memiliki arti jika data tersebut dikatakan terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastistas dimanfaatkan guna melihat pada model regresi yaitu terdapat atau tidak ketdiaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan (Ghozali 2013:139). Dalam penelitian ini untuk melakukan pengujian heteroskedastistas digunakan uji Glejser, dengan cara meregresikan keseluruhan konstruk bebas kepada nilai mutlak residualnya. Dalam suatu model dikatakan terdapat heteroskedastistas yaitu apabila terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Gejala heterosedastistas dapat dilihat dari setiap koefisien regresi dari setiap variabel bebas terhadap nilai residual. Jika nilai alpha lebih rendah dari probabilitas (Sig. > 0,05) sehingga dapat dikatakan suatu model tidak mengalami gejala heteroskedastistas (Suliyanto, 2009)

**Tabel 4. 7 Hasil uji heteroskedastisitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.166	.839		2.581	.011
<i>E-WOM</i>	-.066	.056	-.139	-1.182	.240
<i>E-Service Quality</i>	.013	.053	.030	.250	.803
<i>Financial Resilience</i>	-.082	.056	-.199	-1.448	.150
<i>Financial Self-Efficacy</i>	.054	.046	.143	1.184	.239

a. Dependent Variabel:

Keputusan Penggunaan

Bersumber dari hasil uji *Glejser* persamaan uji heteroskedastisitas tersebut terlihat bahwa nilai signifikan pada setiap variabel bebas terdapat nilai Sig. lebih tinggi dari 0.05. Demikian bisa ditarik simpulan dari hasil pada model regresi tidak terjadi heteroskedasitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilangsungkan guna mengetahui terjadinya hubungan antar variabel bebas apakah terdapat masalah multikorelasi (Suliyanto, 2009). Untuk menguji model terdapat efek multikolonieritas yaitu dengan memakai (VIF) Variance inflation faktor, ketika nilai dari VIF melebihi dari angka 10 maka bisa disebut terdapat efek multikolonieritas pada model. Berikut cara dalam mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi: 1) Besarnya nilai VIF, pedoman suatu model regresi yang bebas multikolonieritas yakni nilai $VIF \leq 10$ 2)

Besarnya nilai tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yakni nilai tolerance $\geq 0,1$ (Ghozali, 2013:105).

Tabel 4. 8 Hasil uji multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.699	1.253		-.558	.578		
E-WOM	.021	.084	.017	.253	.801	.593	1.687
E-Service Quality	.844	.080	.713	10.577	.000	.580	1.723
Financial Resilience	.170	.084	.157	2.015	.046	.435	2.298
Financial Self-Efficacy	.010	.069	.010	.144	.886	.567	1.763

a. Dependent Variabel:

Keputusan Penggunaan

Sesuai hasil pengujian di tabel atas diduga jika variabel *E-WOM* (X1) nilai *tolerance* $0.593 > 0.10$ dan *VIF* $1.687 < 10$, *E-Service Quality* dengan (X2) nilai *tolerance* $0.580 > 0.10$ dan *VIF* $1.723 < 10$, *Financial Resilience* (X3) dengan nilai *tolerance* $0.435 > 0.10$ dan *VIF* $2.298 < 10$, dan *Financial Self-Efficacy* dengan nilai *tolerance* $0.567 > 0.10$ dan *VIF* $1.763 < 10$. Sehingga diperoleh kesimpulan jika data tersebut tidak berlangsung gejala multikolinearitas.

D. Uji Regresi

1. Uji Regresi Model I

a. Uji t Parsial

Uji ini digunakan dalam mengukur sejauh mana pengaruh terhadap variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2013:98). Dalam menunjukkan uji *t_{test}* dapat ditentukan dengan kriteria apabila $\text{sig} < 0,05$ atau $= 0,05$ maka, secara individual variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel independen (Ghozali, 2013:99).

Tabel 4. 9 Hasil uji regresi model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.130	.306		29.814	.000
E.WOM	-.106	.026	-.693	-4.106	.000
<i>E.Service Quality</i>	-.122	.029	-.800	-4.205	.000
<i>Financial Resilience</i>	.188	.028	1.349	6.645	.000

a. Dependent Variable:

Keputusan_Penggunaan

Berdasarkan pada tabel hasil uji t Parsial tersebut, dihasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

$$Y = -0,106X_1 + -0,122X_2 + 0,188X_3 + 0,587$$

- a) Nilai koefisien dari variabel E-WOM (X_1) bernilai -0,693 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga diartikan bahwa E-WOM (X_1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan

Fasilitas Shopee Pinjam (Y). Namun, dalam hal ini E-WOM memiliki t hitung negatif yaitu (-4.106). Oleh karena itu, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara E-WOM dan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa **H1 ditolak**.

- b) Nilai koefisien dari variabel *E-Service Quality* (X2) bernilai -.800 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan sehingga diartikan bahwa *E-Service Quality* (X2) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y). Namun, dalam hal ini *E-Service Quality* memiliki t hitung negatif yaitu (-4.205). Oleh karena itu, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara E-Service Quality dan Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **H2 ditolak**.
- c) Nilai koefisien dari variabel *Financial Resilience* (X3) bernilai -0,800 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan dengan t hitung positif yaitu 1.349 sehingga diartikan bahwa *Financial Resilience* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **H3 diterima**.
- b. Uji f Simultan

Uji f dimanfaatkan dalam pembuktian suatu variabel independen apakah variabel yang terdapat pada model memiliki kepengaruhannya secara bersama terhadap suatu variabel dependen (Ghozali, 2013:98). Uji Anova merupakan pengujian yang dimanfaatkan pada penelitian ini dalam menguji kelayakan model (uji f) dan terdapat kriteria:

- 1) Apabila nilai f hitung $>$ f tabel atau nilai signifikansi $< 0,05$ artinya terdapat prediksi yang tepat pada keseluruhan variabel yang diuji yaitu pada variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai f hitung $<$ f tabel atau nilai signifikansi $> 0,05$ artinya tidak ada prediksi yang tepat pada keseluruhan variabel yang diuji yaitu pada variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 10 Hasil uji f Simultan model 1 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4.089	3	1.363	16.477	.000 ^a
Residual	2.151	26	.083		
Total	6.240	29			

a. Predictors: (Constant), E.WOM, E.Service_Quality, Financial_Resilience

b. Dependent Variabel: Keputusan_Penggunaan

Nilai signifikan (sig.) sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ artinya variabel *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Financial Resilience* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam.

c. Koefisien Determinan

Tabel 4. 11 Koefisien determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.655	.616	.28762

a. Predictors: (Constant), E.WOM, E.Service_Quality, Financial_Resilience

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, menunjukkan nilai R² (R square) senilai 0.655, artinya variabel *E-WOM* (X1), *E-Service Quality* (X2), dan *Financial Resilience* (X3) berkontribusi terhadap variabel Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai 65,5%, sedangkan dari sisa tersebut sebesar 34,5% merupakan variabel lain yang berkontribusi tetapi tidak terdapat pada penelitian ini. R Square ini digunakan dalam perhitungan nilai e1. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{1 - 0,655} = 0,587$

2. Uji Regresi Model II

a. Uji MRA (*Moderated Regression Analysis*)

Dalam hasil analisis menggunakan metode *Moderated Regression Analysis*, variabel moderator (X1.TotalM, X2.TotalM, X3.TotalM) memperlihatkan pengaruh Moderasi yang signifikan terhadap hubungan antara variabel Independen (*E-WOM*, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, *Financial Self-Efficacy*) dan variabel dependen (Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam). Berikut adalah penjelasan rinci terkait hasil variabel moderator.

Tabel 4. 12 Hasil uji regresi model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.186	.079		-14.960	.000
<i>E.WOM</i>	-.023	.004	-.152	-5.825	.000
<i>E.Service_Quality</i>	-.008	.003	-.052	-2.449	.023
<i>Financial_Resilience</i>	.047	.002	.335	21.362	.000
<i>Financial_Self_Efficacy</i>	-.051	.002	-.447	-29.008	.000
X1.Moderasi	.003	.000	.585	13.269	.000
X2.Moderasi	.001	.000	.269	6.568	.000
X3.Moderasi	1.224	.010	1.218	119.180	.000

a. Dependent Variable:

Keputusan_Penggunaan

Berdasarkan pada tabel hasil uji MRA tersebut, dihasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 M + \beta_5 (X_1 \times M) + \beta_6 (X_2 \times M) + \beta_7 (X_3 \times M) + \epsilon$$

$$Y = -0,152X_1 + 0,052X_2 + (-0,335)X_3 + (-0,447)M + 0,585(X_1 \times M) + 0,269(X_2 \times M) + 1,218(X_3 \times M) + 0$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut:

1. Pengaruh *E-WOM* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi
Financial Self-Efficacy sebagai variabel moderasi memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi hubungan antara *E-WOM* dan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hasil *t* hitung sebesar 13.269 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai *t* tabel ($13.265 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh *E-WOM* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam di masyarakat Purwokerto, dengan demikian **H4 diterima**.
2. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi
Financial Self-Efficacy sebagai variabel moderasi memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi hubungan antara *E-Service Quality* dan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hasil *t* hitung sebesar 6.568 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai *t* tabel ($6.568 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05), hal tersebut menunjukkan bahwa *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam di masyarakat Purwokerto, dengan demikian **H5 diterima**.
3. Pengaruh *Financial Resilience* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi
Financial Self-Efficacy sebagai variabel moderasi memainkan peran yang signifikan dalam mempengaruhi hubungan antara *Financial Resilience* dan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hasil *t* hitung sebesar 119.180 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai *t* tabel ($119.180 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05), hal tersebut menunjukkan bahwa *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh *Financial Resilience* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam di masyarakat Purwokerto, dengan demikian **H6 diterima**.

Tabel 4. 13 Hasil uji f simultan model 2

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6.239	7	.891	1.520	.000 ^a
Residual	.001	22	.000		
Total	6.240	29			

a. Predictors: (Constant), E.WOM, E.Service_Quality, Financial_Resilience
Financial_Self_Efficacy, X1.Moderasi, X2.Moderasi, X3.Moderasi

b. Dependent Variabel: Keputusan_Penggunaan

Hasil uji Anova menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan secara signifikan mempengaruhi variabilitas dalam keputusan penggunaan, dengan nilai F-statistik yang sangat tinggi sebesar 1.520 dan nilai signifikansi (Sig.) yang sangat rendah, yakni 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara signifikan menjelaskan variasi dalam variabel dependen, Keputusan_Penggunaan. Sum of Squares untuk regresi adalah 6.239, yang menunjukkan jumlah variasi yang dijelaskan oleh model, sementara Sum of Squares untuk sisaan (residual) adalah sangat rendah, yaitu 0.001, menandakan bahwa sedikit sekali variasi yang tidak dijelaskan oleh model. Ini menegaskan bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam data, dengan variabel prediktor yang tercantum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap model.

Tabel 4. 14 Koefisien determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 ^a	1.000	1.000	.00766

a. Predictors: (Constant E.WOM, E.Service_Quality,
Financial_Resilience Financial_Self_Efficacy, X1.Moderasi,
X2.Moderasi, X3.Moderasi

Ringkasan model menunjukkan bahwa model regresi memiliki koefisien determinasi R^2 yang sangat tinggi, yaitu 1.000, yang berarti bahwa semua variasi dalam variabel dependen (Keputusan_Penggunaan) dapat dijelaskan oleh variabel-

variabel prediktor yang dimasukkan ke dalam model. Nilai Adjusted R Square juga adalah 1.000, menunjukkan bahwa penyesuaian model untuk jumlah prediktor adalah sempurna dan tidak ada informasi tambahan yang dapat ditambahkan untuk meningkatkan kualitas model. Standar error dari estimasi juga relatif kecil, yaitu sebesar 0.00766, menunjukkan bahwa model regresi memiliki tingkat ketepatan yang tinggi dalam memprediksi nilai-nilai keputusan penggunaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini secara sangat baik sesuai dengan data yang ada dan mampu memberikan prediksi yang sangat akurat terkait dengan keputusan penggunaan, dengan semua variabel prediktor yang tercantum memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variabilitas dalam keputusan penggunaan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh E-WOM Terhadap Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto

Bersumber pada perhitungan yang sudah dilakukan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji t Parsial, menunjukkan hasil dari t hitung variabel E-WOM (X1) terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai (-4.106), artinya mempunyai nilai yang lebih rendah dari nilai negatif t tabel ($-4.106 < -1.980$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya, E-WOM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal tersebut dapat diartikan bahwa informasi yang disampaikan melalui platform elektronik, seperti ulasan, komentar, atau pengalaman pengguna lainnya, tidak memiliki dampak yang kuat dalam mempengaruhi masyarakat Purwokerto untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam. Dengan kata lain, informasi, ulasan, atau opini yang tersebar melalui platform elektronik tidak memberikan dampak yang nyata dalam meningkatkan minat atau keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan Shopee Pinjam. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah ketidakmampuan ulasan atau opini yang positif untuk meyakinkan masyarakat tentang keuntungan atau nilai tambah dari penggunaan layanan tersebut. Semakin tinggi penyebaran E-WOM, semakin rendah keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam karena

adanya efek psikologis dan sosial, yang menimbulkan ketidakpercayaan, kekhawatiran, atau ketidaknyamanan yang mengurangi minat masyarakat untuk mencoba atau menggunakan layanan tersebut (Amartya & Bestari, 2022).

Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan narasumber, dimana beberapa narasumber menegaskan peran signifikan E-WOM dalam mempengaruhi keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Narasumber mengungkapkan ulasan positif di media sosial sama sekali tidak memberikan keyakinan bagi mereka untuk mencoba layanan tersebut, serta tidak menambah kepercayaan lebih besar terhadap ulasan. Hal tersebut dikarenakan ketidakpercayaan terhadap sumber testimonial atau keakuratan informasi yang disampaikan. Mereka juga menerangkan bahwa E-WOM tidak terlalu membentuk persepsi mereka terhadap Shopee Pinjam, di mana semakin meningkatnya ulasan positif tidak meningkatkan minat mereka untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam. Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa E-WOM tidak memainkan peran krusial dalam memengaruhi perilaku konsumen terkait dengan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang menggunakan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan akan cenderung merespons secara hati-hati terhadap informasi yang mereka terima melalui E-WOM. Seseorang yang memiliki tingkat kebijaksanaan yang tinggi akan lebih selektif dalam menerima informasi dari E-WOM dengan kritis, mempertimbangkan risiko dan manfaatnya secara matang sebelum membuat keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Mereka mungkin lebih berhati-hati dalam mengambil langkah-langkah finansial, terutama jika E-WOM memberikan sinyal negatif tentang fasilitas pinjaman tersebut.

Dalam *Elaboration Likelihood Model* (ELM), E-WOM merujuk pada proses di mana konsumen menerima informasi tentang suatu produk, layanan, atau merek melalui platform digital seperti media sosial, situs web ulasan produk, atau forum online. Dengan demikian, pada penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa E-WOM tidak memiliki dampak yang positif signifikan

terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan fasilitas Shopee Pinjam. Meskipun dengan interaksi online seperti ulasan, rekomendasi, dan diskusi yang tinggi di platform media sosial, hal tersebut tidak memberikan pengaruh yang kuat pada perilaku konsumen (Sindunata, 2018). Hal ini selaras dengan penelitian Amartya dan Bestari (2022), dan Luviana dan Ejasa (2022), Dimana E-WOM sebagai variabel independent berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan aplikasi Ovo..

2. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto

Bersumber pada perhitungan yang sudah dilakukan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji t Parsial, menunjukkan hasil dari t hitung negatif variabel *E-Service Quality* (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai (-4.205), artinya mempunyai nilai yang lebih rendah dari nilai t tabel (-4.205 < -1.980) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan kata lain, *E-Service Quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal tersebut dapat diartikan bahwa *E-Service Quality* yang disediakan oleh Shopee Pinjam berupa kemudahan akses, kecepatan pelayanan, fitur terbaru, dll, tidak mampu memengaruhi minat atau keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Hal ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, seperti ketidakmampuan layanan untuk memenuhi harapan atau standar yang diinginkan oleh masyarakat, kemungkinan adanya kendala teknis atau kesulitan dalam proses penggunaan layanan, serta kurangnya pengalaman yang memuaskan dalam interaksi dengan platform tersebut. Ketika *E-Service Quality* memberikan dampak negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam, hal ini dapat menyebabkan rendahnya minat atau kepercayaan masyarakat terhadap layanan tersebut. Selain itu, meningkatnya kompleksitas serta kesalahan dalam proses transaksi atau interaksi dengan layanan yang disebabkan oleh penurunan kualitas juga dapat mengurangi kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan penurunan keputusan untuk menggunakannya (Akhmadi & Martini, 2020).

Hal tersebut juga didukung oleh hasil wawancara dengan narasumber, dimana beberapa narasumber menegaskan bahwa *E-Service Quality* tidak berpengaruh positif dalam mempengaruhi keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Narasumber mengungkapkan bahwa kualitas layanan yang dipersepsikan secara elektronik tidak memberikan keyakinan bagi mereka dalam mencoba layanan tersebut. Mereka juga menerangkan bahwa persepsi terhadap kualitas layanan elektronik tidak membentuk sikap mereka terhadap Shopee Pinjam. Hal tersebut dikarenakan narasumber cenderung lebih mempertimbangkan faktor lain seperti besarnya bunga, biaya keterlambatan, dan kemampuan finansial mereka. Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* tidak memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen terkait dengan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang menggunakan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan akan cenderung mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan oleh Shopee secara holistik dan kritis sebelum membuat keputusan penggunaan fasilitas pinjaman. Mereka akan mempertimbangkan apakah layanan yang ditawarkan memenuhi standar yang diharapkan dan apakah biaya yang dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan tersebut. Seseorang yang menggunakan kebijaksanaan finansial akan cenderung mempertimbangkan *E-Service Quality* secara lebih hati-hati dalam pengambilan keputusan mereka terkait penggunaan fasilitas pinjaman.

Kotler dan Alma (2007) yang menafsirkan bahwa *E-Service Quality* merupakan prosedur pendekatan yang diterapkan perusahaan atau organisasi untuk menunjang perbaikan kualitas yang berkelanjutan, baik dari segi produk maupun pelayanan. *E-Service Quality* sangat penting karena sebagai tolak ukur bagaimana layanan *e-commerce* dalam mempengaruhi atau tidak pelanggan dalam Keputusan penggunaan suatu produk layanan. Hal ini selaras dengan penelitian Akhmadi dan Martini (2020), Firdha dan Putri (2021), dimana *E-Service Quality* sebagai variabel independen tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh *Financial Resilience* Terhadap Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto

Bersumber pada perhitungan yang sudah dilakukan pada variabel bebas dan pada tabel hasil uji t Parsial, menunjukkan hasil dari t hitung variabel *Financial Resilience* (X3) terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai 6.645, dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($6.645 > 1.980$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan kata lain, *Financial Resilience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat *Financial Resilience*, semakin tinggi pula keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam, yang dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, individu yang memiliki tingkat ketangguhan keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengelola keuangan mereka sendiri dan memahami risiko serta konsekuensi dari penggunaan layanan pinjaman. Kedua, mereka memiliki pengalaman atau pengetahuan yang lebih baik dalam memilih layanan pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan yakin untuk menggunakan Shopee Pinjam. Terakhir, individu dengan tingkat *Financial Resilience* yang tinggi menggunakan layanan pinjaman sebagai alat untuk manajemen keuangan yang lebih baik, seperti untuk investasi atau pengembangan usaha, daripada sekedar mengatasi kesulitan keuangan mendesak (Zainuri, 2022)

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, beberapa narasumber menegaskan peran yang signifikan dari *Financial Resilience* dalam mempengaruhi keputusan pengelolaan keuangan dan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Narasumber mengungkapkan bahwa tingkat ketahanan keuangan memberikan keyakinan penuh bagi mereka untuk mengambil keputusan yang berkaitan dengan Shopee Pinjam, serta kepercayaan lebih besar terhadap kemampuan mereka sendiri dalam mengelola keuangan mereka daripada faktor-faktor eksternal. Narasumber juga menerangkan bahwa semakin tinggi tingkat *Financial Resilience* seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengelola keuangan mereka dengan baik dan menggunakan fasilitas pinjaman dengan bijak. Pengalaman positif dalam

mengelola keuangan dan keberhasilan dalam menghadapi tantangan keuangan akan memperkuat *Financial Resilience* seseorang. Dari wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa *Financial Resilience* memainkan peran krusial dalam pengambilan keputusan keuangan dan pengelolaan pinjaman karyawan, serta semakin tingginya *Financial Resilience* seseorang akan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara efektif. Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa apabila seseorang memiliki tingkat kebijaksanaan finansial yang tinggi, mereka cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya memiliki *Financial Resilience* dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian. Seseorang yang memiliki *Financial Resilience* yang tinggi akan lebih cenderung untuk memprioritaskan keberlanjutan finansial dan mengelola risiko dengan bijaksana. Mereka akan mungkin lebih cenderung untuk menggunakan fasilitas pinjaman seperti Shopee Pinjam secara hati-hati, hanya dalam situasi yang memang membutuhkan dan sesuai dengan kondisi finansial mereka yang stabil.

Menurut Klapper dan Lusardi (2020) mengemukakan bahwa *Financial Resilience* adalah kemampuan seseorang untuk menghadapi peristiwa kehidupan yang dapat mempengaruhi pendapatan dan/atau kekayaannya dengan baik. *Financial Resilience*, yang mencerminkan kemampuan individu untuk mengatasi tekanan keuangan dan mengelola keuangan secara bijak, memiliki dampak langsung terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan seperti Shopee Pinjam. Individu dengan tingkat *Financial Resilience* yang tinggi cenderung memiliki lebih banyak akses terhadap kemampuan keuangannya, yang dapat digunakan untuk memanfaatkan layanan seperti Shopee Pinjam dengan lebih percaya diri. Selain itu, *Financial Resilience* juga mencerminkan tingkat kemandirian keuangan dan kestabilan finansial, yang memungkinkan individu untuk mengambil keputusan yang lebih bijaksana dalam menggunakan fasilitas pinjaman. Hal tersebut selaras dengan penelitian Sari dan Jariyah (2023, Danisman (2023) dimana *Financial Resilience* sebagai variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan GopayPinjam.

4. Pengaruh E-WOM Terhadap Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto dengan *Finacial Self-Efficacy* Sebagai Variabel Moderasi

Hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan hasil t hitung sebesar 13.269 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($13.265 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Artinya, *Finacial Self-Efficacy* memoderasi hubungan antara E-WOM (X1) dan Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y). Dalam konteks ini, *Finacial Self-Efficacy* berfungsi sebagai variabel moderasi yang memainkan peran penting dalam memoderasi pengaruh E-WOM terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Namun, dalam hasil uji regresi model I, E-WOM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto. Dalam hal keputusan menggunakan fasilitas Shopee Pinjam, jika seseorang memiliki *Finacial Self-Efficacy* yang tinggi, mereka tidak sepenuhnya percaya dengan informasi mengenai Shopee Pinjam dari orang lain di internet (E-WOM). Hal tersebut dapat membuat mereka lebih hati-hati dalam memilih apakah akan menggunakan fasilitas Shopee Pinjam atau tidak. Selain itu, mereka cenderung ragu terhadap informasi dari orang lain di internet (E-WOM), dan memilih untuk tidak menggunakan fasilitas Shopee Pinjam (I Gede Komang, 2023).

Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti. Dalam wawancara tersebut, sebagian responden yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi dalam mengelola keuangan menyatakan bahwa mereka cenderung lebih selektif dalam menerima informasi dari internet terkait produk atau layanan finansial. Mereka menekankan pentingnya melakukan riset lebih lanjut atau memverifikasi informasi sebelum membuat keputusan finansial. Di sisi lain, responden yang merasa kurang percaya diri dalam mengelola keuangan menyatakan bahwa mereka sering merasa bingung atau tidak yakin dengan informasi yang mereka dapatkan dari internet. Beberapa di antaranya bahkan mengakui bahwa mereka lebih cenderung mengabaikan informasi tersebut atau tidak mempercayainya sepenuhnya. Dengan demikian, wawancara ini menegaskan bahwa cara individu merespons informasi dari internet dapat dipengaruhi oleh

tingkat *Financial Self-Efficacy*, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan finansial mereka, seperti dalam kasus penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang dengan kebijaksanaan pengambilan keputusan disertai dengan *Financial Self-Efficacy* yang baik akan cenderung memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan mereka dengan baik. Selain itu, mereka juga cenderung lebih mampu mengelola dampak E-WOM pada keputusan mereka, karena mereka memiliki keyakinan yang kuat dalam kemampuan mereka untuk membuat keputusan keuangan yang tepat.

Menurut Bandura (2015), *Financial Self-Efficacy* adalah konsep yang didefinisikan dalam psikologi keuangan yang mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri dalam mengelola keuangan secara efektif. Secara khusus, *Financial Self-Efficacy* mencerminkan tingkat keyakinan individu dalam melakukan tugas-tugas keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, investasi, dan pengambilan keputusan finansial lainnya. Dalam skenario di mana *Financial Self-Efficacy* tinggi, individu cenderung lebih percaya diri dalam pengambilan keputusan keuangan dan mungkin lebih mampu mengevaluasi informasi yang diterima dari E-WOM secara rasional (Martha, 2019). Hal tersebut selaras dengan penelitian Dewi dan Rochmawati (2020), Sari dan Listiadi (2021) Dimana *Financial Self-Efficacy* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

5. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai Variabel Moderasi

Hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan hasil t hitung sebesar 6.568 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($6.568 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Artinya, *Financial Self-Efficacy* memoderasi hubungan antara *E-Service Quality* (X2) dan Keputusan Penggunaan

Fasilitas Shopee Pinjam (Y). *Financial Self-Efficacy*, yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan, memiliki peran penting dalam memoderasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Namun, dalam hasil uji regresi model I menunjukkan *E-Service Quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat purwokerto. Ketika seseorang memiliki tingkat *Financial Self-Efficacy* yang baik, mereka cenderung memiliki kemampuan untuk secara kritis mengevaluasi layanan yang mereka terima. Hal tersebut dikarenakan individu dengan tingkat *Financial Self-Efficacy* yang baik memiliki prioritas dan pertimbangan yang berbeda dalam mengelola keuangan mereka sehingga tidak mudah untuk memutuskan menggunakan layanan Shopee Pinjam. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan narasumber, dimana beberapa narasumber menyatakan bahwa *E-Service Quality* seperti kemudahan penggunaan dan keandalan sistem, tidak mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam. Selain itu, narasumber menyoroti bahwa *Financial Self-Efficacy* juga berperan dalam proses ini. Semakin tinggi Tingkat *Financial Self-Efficacy* seseorang, semakin baik mereka mengevaluasi kualitas layanan dan mengambil keputusan yang tepat terkait dengan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Dengan demikian, narasumber menyimpulkan bahwa *Financial Self-Efficacy* memiliki peran yang signifikan sebagai moderator dalam memoderasi pengaruh *E-Service Quality terhadap* keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam (I Gede Komang, 2023).

Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam sebagaimana terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang dengan kebijaksanaan pengambilan keputusan dan *Financial Self-Efficacy* yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya layanan yang berkualitas. Selain itu, mereka akan lebih kritis dalam mengevaluasi kualitas layanan yang ditawarkan oleh Shopee Pinjam

Menurut Bandura (2015), *Financial Self-Efficacy* adalah konsep yang didefinisikan dalam psikologi keuangan yang mengacu pada keyakinan individu

terhadap kemampuannya sendiri dalam mengelola keuangan secara efektif. Secara khusus, *Financial Self-Efficacy* mencerminkan tingkat keyakinan individu dalam melakukan tugas-tugas keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, investasi, dan pengambilan keputusan finansial lainnya. Individu dengan tingkat *Financial Self-Efficacy* yang tinggi cenderung lebih mampu mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh platform Shopee Pinjam secara objektif. Dalam konteks ini, *Financial Self-Efficacy* berperan sebagai penguat, memperkuat hubungan antara *E-Service Quality* dan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Artinya, semakin tinggi tingkat *Financial Self-Efficacy* seseorang, semakin besar pengaruh positif *E-Service Quality* terhadap keputusan mereka untuk menggunakan fasilitas tersebut. Hal tersebut selaras dengan penelitian Dewi dan Rochmawati (2020), Sari dan Listiadi (2021) Dimana *Financial Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

6. Pengaruh *Financial Resilience* Terhadap Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai Variabel Moderasi

Hasil uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* menunjukkan hasil t hitung sebesar 119.180 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($119.180 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Artinya, *Financial Self-Efficacy* memperkuat hubungan antara *Financial Resilience* (X3) dan Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y). *Financial Self-Efficacy*, yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan secara efektif, tampaknya mempengaruhi sejauh mana pengaruh *Financial Resilience* terhadap penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara dengan narasumber, dimana beberapa narasumber menegaskan peran yang penting dari *Financial Resilience* dalam keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Narasumber mengungkapkan bahwa kemampuan untuk mengatasi tantangan keuangan dan menjaga stabilitas finansial menjadi faktor utama dalam keputusan mereka untuk memanfaatkan layanan pinjaman tersebut. Mereka menekankan bahwa semakin tinggi *Financial*

Resilience seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam dengan bijak. Narasumber juga menerangkan bahwa *Financial Self-Efficacy*, yaitu keyakinan diri mereka dalam mengelola keuangan pribadi, berperan sebagai Moderasi dalam hubungan antara *Financial Resilience* dan keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Dengan demikian, narasumber menyimpulkan bahwa peningkatan dapat memperkuat kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan dengan bijak dan membuat keputusan yang tepat terkait dengan penggunaan fasilitas pinjaman.

Pernyataan narasumber tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam sebagaimana terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika dirapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang dengan kebijaksanaan finansial yang tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat penggunaan fasilitas pinjaman, serta keyakinan yang kuat dalam kemampuan mereka untuk mengelola keuangan secara bijaksana dan menghadapi ketidakpastian finansial. Selain itu, seseorang yang memiliki tingkat kebijaksanaan finansial yang tinggi cenderung lebih mampu mengintegrasikan *Financial Self-Efficacy* dan *Financial Resilience* mereka dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

Menurut Bandura (2015), *Financial Self-Efficacy* adalah konsep yang didefinisikan dalam psikologi keuangan yang mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri dalam mengelola keuangan secara efektif. Secara khusus, *Financial Self-Efficacy* mencerminkan tingkat keyakinan individu dalam melakukan tugas-tugas keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, investasi, dan pengambilan keputusan finansial lainnya. Individu dengan tingkat *Financial Self-Efficacy* yang tinggi cenderung lebih mampu mengevaluasi tingkat *Financial Resilience* mereka secara objektif. Dalam konteks ini, *Financial Self-Efficacy* berperan sebagai penguat, memperkuat hubungan antara *Financial Resilience* dan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Artinya, semakin tinggi tingkat *Financial Self-Efficacy* seseorang, semakin besar pengaruh positif *Financial Resilience* terhadap keputusan mereka untuk menggunakan fasilitas tersebut.). Hal

tersebut selaras dengan penelitian Dewi dan Rochmawati (2020), Sari dan Listiadi (2021) Dimana *Financial Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *E-WOM*, *E-Service Quality*, dan *Financial Resilience* terhadap keputusan penggunaan fasilitas Shopee pinjam pada Masyarakat Purwokerto dengan *Financial Self-Efficacy* sebagai variabel Moderasi maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *E-WOM* terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto, hal tersebut dapat diartikan semakin besar nilai *E-WOM*, semakin kecil pengaruhnya terhadap keputusan untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari t hitung variabel *E-WOM* (X1) terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai (-4.106), artinya mempunyai nilai yang lebih rendah dari nilai negatif t tabel ($-4.106 < -1.980$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang menggunakan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan akan cenderung merespons secara hati-hati terhadap informasi yang mereka terima melalui *E-WOM*.
2. Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *E-Service Quality* terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto, hal tersebut dapat diartikan semakin besar nilai *E-Service Quality* semakin kecil pengaruhnya terhadap keputusan untuk menggunakan produk atau layanan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari t hitung variabel *E-Service Quality* (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai 6.645, artinya mempunyai nilai yang lebih tinggi dari nilai t tabel ($6.645 > 1.980$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang yang menggunakan kebijaksanaan dalam

pengambilan keputusan akan cenderung mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan oleh Shopee secara holistik dan kritis sebelum membuat keputusan penggunaan fasilitas pinjaman.

3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Financial Resilience* terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto, karena semakin besar nilai *Financial Resilience*, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan untuk menggunakan produk atau layanan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t Parsial, menunjukkan hasil dari t hitung variabel *Financial Resilience* (X3) terhadap Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam (Y) senilai -4.106, dimana hal tersebut lebih rendah dari nilai negatif t tabel ($-4.025 < -1.980$) dan menghasilkan tingkat signifikansi t yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa apabila seseorang memiliki tingkat kebijaksanaan finansial yang tinggi, mereka cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya memiliki *Financial Resilience* dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian.
4. *Financial Self-Efficacy* dapat memoderasi pengaruh *E-WOM* terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto, hal ini karena semakin tinggi *Financial Self-Efficacy* seseorang, semakin bijak mereka dalam menilai ulasan dari *E-WOM* dan mengambil keputusan yang tepat terkait penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar 13.269 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($13.265 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Hal tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam yang terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang dengan kebijaksanaan pengambilan keputusan disertai dengan *Financial Self-Efficacy* yang baik akan cenderung memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan mereka dengan baik.
5. *Financial Self-Efficacy* dapat memoderasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto, hal

ini karena semakin tinggi Tingkat *Financial Self-Efficacy* seseorang, semakin baik mereka mengevaluasi kualitas layanan dan mengambil keputusan yang tepat terkait dengan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam. Hal ini ditunjukkan hasil t hitung sebesar 6.568 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($6.568 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Hal tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam sebagaimana terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang dengan kebijaksanaan pengambilan keputusan dan *Financial Self-Efficacy* yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya layanan yang berkualitas. Selain itu, mereka akan lebih kritis dalam mengevaluasi kualitas layanan yang ditawarkan oleh Shopee Pinjam

6. *Financial Self-Efficacy* dapat memoderasi pengaruh *Financial Resilience* terhadap Keputusan penggunaan fasilitas Shopee Pinjam pada Masyarakat Purwokerto, semakin tinggi Tingkat *Financial Self-Efficacy* seseorang, semakin tinggi *Financial Resilience* seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam dengan bijak. Hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar 119.180 dimana hal tersebut lebih tinggi dari nilai t tabel ($119.180 > 1.980$), dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (Sig. < 0.05). Hal tersebut sejalan dengan prinsip kebijaksanaan dalam Islam sebagaimana terkandung dalam Q.S. Al-Isra ayat 36, dimana jika diterapkan pada hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa seseorang dengan kebijaksanaan finansial yang tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat penggunaan fasilitas pinjaman, serta keyakinan yang kuat dalam kemampuan mereka untuk mengelola keuangan secara bijaksana dan menghadapi ketidakpastian finansial. Selain itu, seseorang yang memiliki tingkat kebijaksanaan finansial yang tinggi cenderung lebih mampu mengintegrasikan *Financial Self-Efficacy* dan *Financial Resilience* mereka dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan fasilitas Shopee Pinjam secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran:

1. Bagi Shopee Pinjam

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kualitas baik dari segi promosi maupun pelayanannya diberikan kepada masyarakat, agar masyarakat akan lebih merasakan kenyamanan dan kepercayaan saat menggunakan fasilitas Shopee Pinjam.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna dengan menambahkan variabel *E-WOM*, *E-Service Quality*, *Financial Resilience*, dan *Financial Self-Efficacy*, untuk menemukan data lebih lengkap yang dapat memberikan penilaian aspek-aspek yang dapat mempengaruhi minat menabung. Selain itu, bagi penelliti selanjutnya bisa mengkaji atau meneliti lebih lanjut mengenai variabel yang berpengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini yaitu variabel *Financial Resilience*.

3. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini, dapat mendorong masyarakat untuk meningkatkan literasi keuangan mereka agar dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait penggunaan fasilitas pinjaman online. Penting untuk memahami konsep-konsep dasar seperti suku bunga, periode pembayaran, dan dampak dari keterlambatan pembayaran. Selain itu, edukasi mengenai *E-WOM* (*Electronic Word of Mouth*) dan kualitas layanan online seperti kecepatan transaksi dan kualitas layanan pelanggan juga diperlukan agar masyarakat dapat lebih bijaksana dalam memilih dan menggunakan fasilitas pinjaman.

4. Bagi Pengguna Shopee Pinjam

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pengguna Shopee Pinjam untuk memantau dengan cermat pengeluaran dan pembayaran pinjaman mereka. Ini akan membantu menghindari keterlambatan pembayaran dan dampak negatifnya terhadap kesehatan keuangan pribadi. Selain itu, memanfaatkan kemampuan

Financial Resilience dan kesadaran tentang *Financial Self Efficacy* juga sangat penting. Dengan demikian, pengguna dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan menghindari risiko finansial yang tidak diinginkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2011). Keimanan : Iman Dalam Perspektif Islam. OSF Preprints.
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agatha, C., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 131–140.
- Akhmad Solekhan. (2023). FENOMENA FINTECH LENDING DALAM PERSPEKTIF FATWA MUI NO 117 / DSN-MUI / II / 2018 TENTANG LAYANAN PEMBIAYAAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI BERDASARKAN PRINSIP SYARI ' AH Oleh : Ahmad Solekhan Keyword : Fintech Lending-prinsip syari ' ah Kehadiran industri f. 1(117).
- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.385>
- Amartya, A., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Penggunaan Aplikasi dan Keputusan Pembelian Sociolla (Studi pada Pengguna Sociolla di Kota Bandung). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3305–3312. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.854>
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Basuki, A. T. (2017). Uji Multikolinearitas dan Perbaikan Multikolinearitas. *Bahan Ajar Ekonometrika*, 33.
- Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(2), 11. <https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>
- Bimbingan, B., & Konseling, D. A. N. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2). <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>
- Chong, D., & Ali, H. (2022). *Literature Review : Competitive Strategy , Competitive Advantages , and Marketing Performance on E-Commerce Shopee Indonesia*. 3(2), 299–309.
- Edwin Zusrony. (2016). *Perilaku Konsumen*.
- Fatimah, S. (2021). Analisis Layanan Pinjaman Berbasis Fintech Pada Fitur Shopee Pinjam (Spinjam) Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Idealita: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 1(2), 70–93.
- Firdausya, C. P., & Oktini, D. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung). *Prosiding Manajemen*, 5(1), 759–760.
- Ghozali, I. (2018). *Uji Asumsi Klasik*. 3.
- Gst. Ayu Atun Luviana, Ejasa Sembiring, & A.A.I.N Dyah Prami. (2022). Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram (Instagram Advertisement) Dan Electronic Word of

- Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Di Ayrin Moms & Baby Care. *Journal of Applied Management Studies*, 3(2), 149–159. <https://doi.org/10.51713/jamms.v3i2.51>
- Harianto, S., & Isbanah, Y. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan, Locus of Control, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, dan Parental Financial Socialization terhadap Financial Management Behavior Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 241. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p241-252>
- Hidayah, R. T., & Utami, E. M. (2017). E-Service Quality and E-Service Recovery Service Quality on E-Satisfaction Lazada.Com. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(2), 258–274. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.008.2.05>
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 326–333. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>
- I Gede Komang. (2023). *Financial literacy, financial self efficacy*. 4, 131–138.
- I Ghozali. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3.
- Iman Prayoga, & M. Rachman Mulyandi. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5), 136–140. <https://doi.org/10.46799/jst.v1i5.60>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Laksmi, A. A., & Oktafani, F. (2016). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS INSTAGRAM PADA WARUNK UPNORMAL. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 78–88. www.dailysocial.id
- Liana, L. (2009). Mra Dengan Spss. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90–97.
- Los, U. M. D. E. C. D. E. (n.d.). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. 1–4.
- Martinelli, I. (2021). Menilik Financial Technology (Fintech) dalam Bidang Perbankan yang dapat Merugikan Konsumen. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 2(1), 32–43. <https://doi.org/10.53695/js.v2i1.353>
- Mawardi, K., & Yulizar, F. (2017). CERAI MATI (STUDI KASUS JANDA CERAI MATI DI DESA SIKANCO KECAMATAN NUSAWUNGU KABUPATEN CILACAP) Kholid Mawardi. *Jurnal Penelitian Agama*, 18(2), 224–240.
- Mazaya, S. S., Djumardin, D., & Suhartana, L. W. P. (2023). Perjanjian Pinjam Dana Online Pada Platform Belanja Shopee (Studi Tentang Shopee Pinjam). *Jurnal Education and Development*, 11(2), 471–479. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.3283>
- Muhamad S.Tahir, Ahmas Usman Shahid, D. W. R. (2022). The role of impulsivity and financial satisfaction in a moderated mediation model of consumer financial resilience and life satisfaction. *International Journal Of Bank Markting*.
- Nisa, F. K., & Haryono, N. A. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus of Control, dan Lifestyle terhadap Financial Management Behavior Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu*

- Manajemen*, 10(1), 82–97. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p82-97>
- Nizar, M. A. (2020). Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive*, 5(98486), 4–10.
- Petra, U. K., & Petra, U. K. (n.d.). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY TERHADAP FINANCIAL INCLUSION DENGAN FINANCIAL SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PENGGUNA SHOPEE PAY DI SEMARANG*.
- Pramedi, A. D., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Attitude, Income dan Financial Self Efficacy terhadap Financial Management Behavior Entrepreneur Lulusan Perguruan Tinggi di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 572. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p572-586>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rizkiawati Laili, & Asandimitra Nadia. (2018). Pengaruh Demografi, Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus Of Control, Dan Financialk Self Efficacy Terhadap Financial Management Behavior Masyarakat Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 93–107.
- Rizkynanda, M., Candraningsih, A. A., & ... (2023). Analysis of the Weakening Economy on Financial Resilience in the Tourism Industry in Surabaya During the Covid-19 Pandemic. ... *And Tourism*, 3(2), 180–196. <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/BIJMT/article/view/1572%0Ahttps://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/BIJMT/article/download/1572/1301>
- Rofifah, D. (2020). Strategi Pemanfaatan Produk Pasar Uang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 04, 12–26.
- Rojiati, U., Saloom, M. K. I. G., Rosmawati, M. S., Pi, S., & Fathihani, M. S. (2021). *T e o r i*.
- Sakdiah. (2016). Karakteristik Kepemimpinan dalam Islam (Kajian Historis Filosofis) Sifat-Sifat Rasulullah. *Jurnal Al-Bayan*, 22(33), 29–49.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan ShopeePAYltermasyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Uang Saku terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Financial Self-Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p58-70>
- Setyaningsih, W. (2015). Konsep Sistem Pendukung Keputusan. In *Yayasan Edelweis* (Vol. 1).
- Setyorini, N., Indiworo, R. H. E., & Sutrisno, S. (2021). The Role Financial Literacy and Financial Planning to Increase Financial Resilience: Household Behaviour as Mediating Variable. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 36(2), 243. <https://doi.org/10.24856/mem.v36i2.2179>
- Sindunata, I. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*.

- Suliyanto. (2009). *PEMBANGUNAN PAVILIUN PADA RUMAH SAKIT UMUM*. 1–6.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. In *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.* (Vols. 978-623-48, Issue Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).
- Toto Syatori Nasehudin, N. G. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Beni Ahmad Saebani (ed.)). Pustaka Setia.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Zainuri, Z. (2022). Does Macropprudential Policy Matter For Financial Resilience In Indonesia? *Journal of International Conference Proceedings*, 5(4), 372–380. <https://doi.org/10.32535/jicp.v5i4.2098>





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Saudara/I yang saya hormati, Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S1 Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, saya:

Nama: Sekar Lintang Saputri

NIM: 2017202083

Prodi: Perbankan Syariah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini, saya memohon bantuan kepada Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner. Mengingat pentingnya jawaban dari kuisisioner ini, saya harap Saudara/i mengisi kuisisioner ini dengan keadaan sebenarnya agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas ini. Semua jawaban atau tanggapan Saudara/i akan terjamin kerahasiaannya dan semata-mata hanya digunakan untuk keperluan penelitian serta dimanfaatkan untuk tujuan akademis. Atas perhatian dan kesediaan Saudara/i mengisi kuisisioner ini saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Sekar Lintang Saputri

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH E-WOM, E-SERVICE QUALITY, DAN FINANCIAL RESILIENCE, TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN FASILITAS SHOPEE PINJAM PADA MASYARAKAT PURWOKERTO DENGAN FINANCIAL SELF EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

A. Identitas Responden

Nama	
Pekerjaan	
Domisili	
Lama Penggunaan Shopee Pinjam	

B. Pernyataan Penelitian

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Saudara/i paling tepat, dengan memberi tanda check list sesuai dengan kondisi yang menurut Saudara/i sesuai dengan Saudara/i. Disetiap pernyataan, sudah disediakan lima (5) point skala dengan keterangan sebagai

berikut :

1 = Sangat Tidak setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

1. Variabel *E-WOM*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
-----	------------	-----	----	---	---	----

1.	Saya merasa <i>review</i> /ulasan membantu saya mendapatkan informasi mengenai Shopee Pinjam dengan cepat					
2.	Saya sering membaca ulasan mengenai Shopee Pinjam sebelum memutuskan untuk menggunakannya.					
3.	Saya percaya bahwa informasi yang diberikan melalui <i>review</i> /ulasan mengenai Shopee Pinjam umumnya akurat dan dapat diandalkan					
4.	Ulasan tentang Shopee Pinjam ini mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakannya.					
5..	Saya merasa <i>review</i> /ulasan membantu saya menemukan informasi mengenai Shopee Pinjam yang spesifik dan sesuai dengan tujuan pencarian saya					
6.	Ulasan yang saya baca mengandung pengalaman pribadi pengguna yang relevan dan dapat dipercaya.					
7.	<i>Review</i> /ulasan mempengaruhi pandangan saya terhadap fasilitas Shopee Pinjam dalam menyediakan layanan Pembiayaan Online yang					
8.	Saya menghabiskan waktu yang cukup banyak untuk mencari ulasan mengenai Shopee Pinjam di berbagai platform online.					

2. Variabel *E- Service Quality*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sistem keamanan yang diterapkan dalam layanan online mengenai Shopee Pinjam ini memberikan perlindungan yang memadai terhadap informasi dan data saya					
2.	Informasi yang disediakan di situs web dan aplikasi Shopee tentang Shopee Pinjam sangat jelas dan lengkap.					
3.	Saya merasa diperlakukan dengan baik dan dihargai sebagai pengguna layanan Shopee Pinjam dalam interaksi dengan layanan pelanggan					
4.	Saya merasa yakin bahwa data pribadi saya aman saat menggunakan Shopee Pinjam berdasarkan informasi yang tersedia di situs web dan aplikasi Shopee.					
5.	Saya merasa Shopee Pinjam ini memberikan tanggapan cepat terhadap kebutuhan atau pertanyaan saya					
6.	Situs web dan aplikasi Shopee mudah digunakan untuk mengakses dan mengajukan Shopee Pinjam.					
7.	Fitur-fitur yang tersedia di situs web dan aplikasi Shopee mendukung kemudahan penggunaan Shopee Pinjam.					

8.	Layanan pelanggan Shopee Pinjam cepat menanggapi pertanyaan dan keluhan saya melalui situs web dan aplikasi Shopee.					
----	---	--	--	--	--	--

3. Variabel *Financial Resilience*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa mampu mengelola keuangan saya dengan baik meskipun menggunakan fasilitas Shopee Pinjam.					
2.	Saya tetap dapat memenuhi kebutuhan keuangan saya meskipun harus membayar pinjaman dari Shopee Pinjam.					
3.	Saya mempertimbangkan potensi risiko keuangan sebelum memutuskan untuk menggunakan Shopee Pinjam.					
4.	Saya selalu memiliki rencana cadangan jika terjadi kesulitan keuangan saat menggunakan Shopee Pinjam.					
5.	Saya merasa cukup mampu menghadapi situasi keuangan yang tak terduga dan bisa mencari solusi dengan cepat					
6.	Saya sadar akan dampak jangka panjang dari penggunaan Shopee Pinjam terhadap keuangan pribadi saya.					

7.	Saya merasa memiliki kemampuan untuk pulih dan mengembalikan situasi keuangan saya ke kondisi yang lebih baik setelah memiliki tanggungan angsuran pada Shopee Pinjam.					
8.	Saya selalu memantau dan mengevaluasi penggunaan Shopee Pinjam dalam anggaran keuangan saya.					

4. Variabel Keputusan Penggunaan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Biaya dan bunga yang dikenakan oleh Shopee Pinjam adalah faktor penting dalam keputusan saya untuk menggunakan layanan ini.					
2.	Saya memutuskan untuk menggunakan Shopee Pinjam karena manfaat yang ditawarkan sangat membantu kebutuhan keuangan saya.					
3.	Kecepatan persetujuan pinjaman di Shopee Pinjam memengaruhi keputusan saya untuk menggunakannya.					
4.	Kualitas layanan Shopee Pinjam memenuhi harapan saya dan mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakannya.					

5.	Saya merasa Shopee Pinjam telah membantu saya dalam situasi keuangan darurat.					
6.	Keputusan saya untuk menggunakan Shopee Pinjam didasarkan pada keyakinan saya terhadap sistem keamanan yang ditawarkan.					
7.	Saya merasa puas dengan pengalaman saya menggunakan Shopee Pinjam.					
8.	Saya menggunakan Shopee Pinjam karena proses pengajuan dan pencairan dana sangat efisien.					

5. Variabel *Financial Self-Efficacy*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa yakin dan kompeten dalam merencanakan pengeluaran keuangan dalam membayar angsuran pada Shopee Pinjam					
2.	Saya selalu mengatur pengeluaran saya dengan cermat agar dapat membayar kembali pinjaman dari Shopee Pinjam tepat waktu.					
3.	Saya merasa yakin bahwa saya memiliki kemampuan untuk mencapai target keuangan dalam melunasi angsuran pada Shopee Pinjam					
4.	Menggunakan Shopee Pinjam membantu saya mencapai target keuangan yang telah saya tetapkan.					

5.	Saya memiliki keyakinan kuat bahwa saya dapat mengatasi tantangan keuangan dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan ketika saya memiliki angsuran pada Shopee Pinjam				
6.	Saya percaya diri dalam menghadapi tantangan keuangan yang mungkin timbul akibat penggunaan Shopee Pinjam.				
7.	Saya merasa memiliki kemampuan untuk merespons dengan baik terhadap perubahan keuangan yang memerlukan tindakan cepat dan tepat				
8.	Saya yakin bahwa saya dapat mengelola keuangan pribadi saya dengan baik meskipun menggunakan fasilitas Shopee Pinjam.				
9.	Saya merasa yakin bahwa saya mampu memulihkan kondisi keuangan saya setelah selesai membayar angsuran pada Shopee Pinjam				
10.	Saya merasa memiliki kontrol penuh atas keuangan saya ketika menggunakan Shopee Pinjam.				

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Variabel *E-WOM*

No.	Pekerjaan	Domisili	Lama Penggunaan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.TOTAL
1	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	4	3	3	3	4	1	27
2	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	5	5	4	4	4	4	4	35
3	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	4	5	5	2	2	5	5	32
4	Mahasiswa / Belum Bekerja	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	4	3	4	3	3	5	4	31
5	Pelajar	Purwokerto Timur	1 Taun	3	3	3	2	4	4	4	5	28
6	Tidak Bekerja	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	3	4	5	4	4	5	5	33
7	Pelajar	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	5	4	4	4	5	5	35
8	Staff Hrd	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	5	2	4	5	4	4	32
9	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	4	5	1	5	5	4	4	33

10	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	2	4	5	4	4	4	4	3	30
11	Masi Sekolah	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	1	4	5	4	5	5	4	32
12	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	3	1	5	5	4	4	28
13	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	2	4	5	4	4	5	33
14	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	5	5	4	5	4	4	4	36
15	Kuliah S1	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	4	1	5	4	2	4	27
16	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	5	2	5	5	4	5	33
17	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	3	2	4	4	5	4	30
18	Freelance	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	3	4	5	4	3	4	30
19	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	5	5	4	4	4	34
20	Mahasiswi	Purwokerto Timur	<1 Tahun	2	2	2	4	4	2	4	5	25
21	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	2	3	4	5	4	2	5	28
22	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	4	3	4	4	4	5	5	4	33

23	CS	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	4	4	3	4	3	4	4	31
24	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	2	1	4	2	5	26
26	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	5	5	3	2	2	5	4	31
27	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	4	4	5	4	5	34
28	Mahasiswi	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	5	4	4	5	4	2	3	31
29	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	5	5	4	5	4	4	5	36
30	Wiraswasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	5	5	4	4	2	2	4	30
31	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	4	5	5	5	5	4	5	38
32	Sales	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	5	4	5	4	3	5	36
33	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	3	4	2	3	5	30
34	Wiraswasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	4	4	4	4	4	3	3	30
35	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	4	5	2	5	2	3	5	31

36	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	5	3	5	4	4	4	34
37	Wiraswasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	4	4	4	5	3	3	3	31
38	Buruh	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	4	5	4	5	3	4	3	33
39	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	5	4	4	4	3	2	3	29
40	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	4	4	3	5	5	34
41	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	5	5	4	5	5	4	3	4	35
42	Waiters	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	4	1	4	3	3	5	5	28
43	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	2	3	5	4	2	3	29
44	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	5	4	4	5	2	5	3	33
45	Pelajar	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	1	5	2	3	5	4	5	28
46	Mahasiswi	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	4	5	3	5	3	3	4	32
47	Admin	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	4	4	5	5	2	3	33
48	Sales	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	2	4	3	2	5	4	27

49	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	5	4	4	5	4	5	36
50	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	5	4	4	4	4	3	5	33
51	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	5	4	5	4	3	4	3	32
52	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	4	4	4	5	2	5	3	32
53	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	5	2	4	5	2	3	29
54	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	3	5	1	3	4	3	3	25
55	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	4	5	3	4	3	5	5	33
56	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	4	4	4	5	4	34
57	Pengangguran	0	<1 Tahun	4	5	2	2	4	5	4	5	31
58	Pengangguran	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	5	3	4	2	1	5	28
59	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	4	4	4	3	4	5	32
60	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	4	4	4	5	5	3	34
61	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	4	5	4	3	5	4	4	32
62	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	2	4	4	4	5	2	29

63	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	4	4	5	5	4	5	3	35
64	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	5	4	4	4	4	5	5	35
65	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	4	4	4	5	34
66	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	5	4	1	4	3	30
67	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	4	5	5	4	2	3	3	30
68	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	5	5	4	4	3	34
69	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	5	5	5	5	5	4	5	38
70	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	5	4	5	5	4	36
71	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	4	5	4	4	3	33
72	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	4	5	4	2	4	3	29
73	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	4	5	4	4	5	4	36
74	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	4	4	4	4	4	33
75	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	5	1	5	4	5	33

76	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	4	2	5	4	4	32
77	Freelance	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	4	4	5	4	34
78	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	2	4	5	5	5	2	30
79	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	4	1	5	5	4	4	32
80	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	5	2	2	4	4	2	27
81	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	3	4	3	4	4	4	28
82	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	4	5	3	4	5	3	31
83	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	4	5	4	5	4	3	32
84	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	5	2	4	4	4	5	3	32
85	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	4	5	3	5	4	3	3	30
86	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	5	4	3	4	4	5	4	34
87	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	4	4	3	2	4	3	27
88	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	2	1	2	4	5	4	24

89	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	5	5	5	4	5	5	2	35
90	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	3	4	4	1	5	3	5	5	30
91	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	2	1	5	4	3	3	24
92	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	4	4	5	4	4	5	5	34
93	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	3	5	2	5	5	2	4	2	28
94	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	4	4	5	3	5	33
95	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	3	3	2	4	4	3	4	28
96	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	3	3	4	4	3	3	28
97	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	3	3	3	1	2	5	2	22
98	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	3	3	3	2	5	4	5	30
99	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	5	4	4	4	4	5	4	33
100	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	3	4	5	2	3	3	29
101	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	4	4	5	4	3	4	34

102	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	2	5	3	2	5	5	31
103	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	5	4	2	4	4	2	31
104	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	3	3	3	5	4	3	3	3	27
105	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	5	4	5	3	4	5	34
106	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	2	2	2	5	3	5	5	28
107	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	4	5	3	5	4	33
108	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	5	4	4	4	4	3	1	28
109	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	3	5	2	3	3	4	28
110	Freelance	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	3	2	4	4	4	3	5	26
111	Freelance	Purwokerto Barat	1 Tahun	1	3	5	5	5	2	3	4	28
112	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	3	4	4	4	5	5	5	35
113	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	5	3	3	3	3	4	5	27
114	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	4	4	3	1	5	5	5	32

115	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	>1 Tahun	2	3	5	4	3	2	5	4	28
116	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	3	2	5	4	5	5	4	33
117	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	4	3	4	3	4	3	3	27
118	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	5	3	3	3	4	4	29
119	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	5	5	4	2	2	2	4	29
120	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	4	3	5	3	5	33

2. Variabel *E-Service Quality*

No.	Pekerjaan	Domisili	Lama Penggunaan	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2.TOTAL
1	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	1	4	3	2	4	4	4	27
2	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	4	5	4	3	5	4	5	35
3	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	5	5	5	4	5	4	37
4	Mahasiswa / Belum Bekerja	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	4	3	4	5	2	5	2	30

5	Pelajar	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	3	3	2	4	5	4	5	29
6	Tidak Bekerja	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	4	5	1	4	5	4	30
7	Pelajar	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	5	4	4	2	5	2	30
8	Staff Hrd	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	5	2	5	3	4	3	30
9	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	4	5	3	4	4	4	4	33
10	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	2	4	5	4	5	5	4	5	34
11	Masi Sekolah	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	4	5	5	1	5	1	29
12	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	3	1	5	4	4	4	27
13	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	2	4	4	4	4	4	30
14	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	5	5	4	4	1	4	1	29
15	Kuliah S1	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	1	3	2	2	2	22
16	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	5	2	4	2	4	2	27
17	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	3	2	4	4	5	4	30

18	Freelance	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	3	4	5	5	3	5	32
19	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	5	5	4	4	4	35
20	Mahasiswi	Purwokerto Timur	<1 Tahun	2	4	2	4	4	4	4	4	28
21	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	4	3	4	5	4	2	4	29
22	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	4	4	4	4	4	3	5	3	31
23	CS	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	4	4	3	4	4	4	4	32
24	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	4	2	4	2	29
25	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	2	1	3	2	3	23
26	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	5	3	2	4	5	4	32
27	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	Mahasiswi	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	5	4	2	4	31
29	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	4	5	4	4	4	34
30	Wiraswasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	5	4	4	5	2	5	33

31	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	4	5	5	5	4	4	4	36
32	Sales	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	5	4	5	3	3	3	31
33	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	3	4	4	3	4	30
34	Wiraswasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	4	4	4	4	2	3	2	27
35	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	5	5	2	5	3	3	3	31
36	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	5	3	4	4	4	4	32
37	Wiraswasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	5	4	4	2	4	3	4	31
38	Buruh	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	4	1	4	5	4	4	4	31
39	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	3	4	4	4	4	2	4	29
40	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	4	2	5	5	5	34
41	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	5	3	4	5	3	4	3	4	31
42	Waiters	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	3	4	4	3	5	3	28
43	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	4	3	5	4	2	4	30

44	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	3	4	4	1	2	5	2	26
45	Pelajar	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	2	4	3	4	3	26
46	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	5	4	3	4	4	3	4	32
47	Admin	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	4	4	1	4	2	4	29
48	Sales	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	2	1	5	1	23
49	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	3	1	2	4	4	4	27
50	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	1	3	4	4	4	5	3	5	29
51	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	5	5	5	5	4	4	4	36
52	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	5	4	4	4	3	5	3	33
53	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	3	4	4	2	4	29
54	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	4	4	4	3	4	31
55	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	3	4	4	3	4	5	4	31
56	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	4	4	4	5	4	34
57	Pengangguran	0	<1 Tahun	4	4	4	4	2	4	4	4	30

58	Pengangguran	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	3	4	1	4	28
59	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	4	4	4	3	4	3	29
60	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	3	4	3	4	4	5	4	31
61	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	1	5	4	4	5	4	5	31
62	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	1	4	5	4	4	5	4	31
63	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	5	4	4	5	4	5	4	36
64	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	1	4	4	4	4	5	4	30
65	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	3	4	4	4	32
66	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	2	4	4	4	5	4	5	32
67	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	5	2	4	3	4	31
68	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	3	4	4	3	4	4	4	31
69	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	3	4	4	4	4	4	30
70	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	4	4	5	5	4	35

71	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	4	4	4	4	3	32
72	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	5	4	2	4	3	30
73	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	3	4	5	4	5	4	35
74	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	4	4	4	4	4	33
75	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	4	3	5	4	5	34
76	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	3	4	4	5	4	4	33
77	Freelance	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	2	4	5	4	32
78	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	3	4	3	5	5	2	29
79	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	3	4	4	5	4	4	33
80	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	3	3	4	4	4	2	28
81	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	3	4	1	4	4	4	26
82	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	4	4	4	5	3	30
83	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	5	5	5	5	4	3	34

84	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	5	5	3	4	4	5	3	34
85	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	4	3	5	3	4	3	3	28
86	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	5	5	4	4	4	5	4	36
87	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	3	4	2	4	3	26
88	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	5	4	4	4	5	4	32
89	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	5	5	3	4	5	5	2	33
90	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	3	4	4	3	4	3	5	5	31
91	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	5	3	4	4	3	3	28
92	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	4	3	3	3	4	5	5	30
93	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	3	5	4	3	4	2	4	2	27
94	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	5	5	5	3	5	35
95	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	3	4	5	4	4	3	4	32
96	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	3	3	4	4	3	3	28

97	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	3	3	5	4	2	5	2	27
98	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	3	1	3	4	5	4	5	30
99	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	5	1	5	5	4	5	4	32
100	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	5	5	4	2	3	3	31
101	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	1	4	4	4	3	4	30
102	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	5	5	4	2	5	5	35
103	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	2	3	2	4	4	2	27
104	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	3	3	5	4	4	3	3	3	28
105	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	3	4	5	3	4	5	32
106	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	2	3	4	5	3	5	5	31
107	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	3	5	3	5	4	32
108	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	5	5	3	4	4	3	1	28
109	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	3	1	2	3	3	4	24

110	Freelance	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	3	2	1	4	4	3	5	23
111	Freelance	Purwokerto Barat	1 Tahun	1	3	5	5	5	2	3	4	28
112	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	3	4	4	4	5	5	5	35
113	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	5	3	5	3	3	4	5	29
114	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	4	4	4	1	5	5	5	33
115	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	>1 Tahun	2	3	5	2	3	2	5	4	26
116	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	3	2	5	4	5	5	4	33
117	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	4	3	4	3	4	3	3	27
118	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	5	2	3	3	4	4	28
119	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	5	5	3	2	2	2	4	28
120	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	4	3	5	3	5	33

3. Variabel *Financial Resilience*

No.	Pekerjaan	Domisili	Lama Penggunaan	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8	X3. TOTAL
1	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	4	5	2	4	2	4	30
2	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	4	5	4	3	2	2	5	30
3	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	4	5	3	5	4	4	4	33
4	Mahasiswa / Belum Bekerja	Purwokerto Timur	<1 Tahun	2	5	3	4	5	5	5	2	31
5	Pelajar	Purwokerto Timur	1 Taun	4	4	3	2	4	5	4	5	31
6	Tidak Bekerja	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	4	3	1	5	4	4	30
7	Pelajar	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	5	4	4	4	4	2	32
8	Staff Hrd	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	4	5	4	5	2	3	3	31
9	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	5	4	4	4	4	4	32
10	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	2	3	5	4	5	5	2	5	31
11	Masi Sekolah	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	4	5	5	4	3	1	30
12	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	3	4	5	3	4	4	32
13	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	2	3	4	1	4	4	27

14	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	4	5	4	4	3	4	1	28
15	Kuliah S1	Purwokerto Selatan	1 Tahun	1	4	4	2	3	4	4	2	24
16	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	2	5	3	4	3	5	2	27
17	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	3	4	4	3	4	4	30
18	Freelance	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	2	3	4	5	5	3	5	30
19	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	3	4	4	1	5	4	4	4	29
20	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	2	3	2	4	4	4	2	4	25
21	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	3	3	5	5	4	3	4	30
22	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	4	3	4	4	4	3	4	3	29
23	CS	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	3	4	3	4	4	4	4	31
24	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	4	4	2	4	2	28
25	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	3	4	4	1	3	4	3	26
26	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	5	4	2	4	5	4	33
27	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	2	4	4	4	4	4	4	30

28	Mahasiswi	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	5	4	4	5	4	3	4	33
29	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	4	5	4	4	4	33
30	Wiraswasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	5	5	3	4	5	2	5	33
31	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	2	5	4	5	4	3	4	32
32	Sales	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	5	5	5	3	4	3	35
33	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	Wiraswasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	3	4	4	4	2	1	2	24
35	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	3	5	4	5	3	4	3	32
36	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	5	4	4	4	5	4	34
37	Wiraswasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	5	4	5	2	4	4	4	33
38	Buruh	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	5	1	4	5	4	3	4	31
39	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	3	4	4	4	4	4	4	31
40	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	4	2	5	4	5	33
41	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	5	3	4	4	3	4	4	4	31
42	Waiters	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	3	3	4	3	4	3	26

43	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	4	3	5	4	4	4	32
44	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	3	4	4	1	2	4	2	25
45	Pelajar	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	4	3	3	3	27
46	Mahasiswi	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	5	4	5	4	4	4	4	35
47	Admin	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	4	4	1	4	5	4	32
48	Sales	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	2	1	4	1	22
49	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	3	2	2	4	4	4	28
50	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	1	3	4	4	4	5	4	5	30
51	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	5	5	2	5	4	4	4	33
52	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	5	4	4	4	3	5	3	33
53	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	3	4	4	4	4	31
54	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	3	4	4	4	4	31
55	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	3	4	3	3	4	4	4	29
56	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	3	4	4	5	4	33
57	Pengangguran	0	<1 Tahun	4	4	4	4	2	4	4	4	30

58	Pengangguran	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	3	3	4	2	4	28
59	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	4	4	4	3	4	3	29
60	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	3	4	2	4	4	4	4	29
61	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	1	5	5	4	5	5	5	33
62	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	1	4	3	4	4	5	4	29
63	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	5	4	5	5	4	4	4	36
64	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	1	4	2	4	4	5	4	28
65	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	5	3	4	5	4	34
66	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	2	4	4	4	5	4	5	32
67	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	3	2	4	4	4	30
68	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	3	4	3	3	4	4	4	30
69	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	3	3	4	4	5	4	30
70	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	5	4	5	4	4	35
71	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	5	4	4	4	3	33
72	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	3	4	2	4	3	28

73	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	3	2	5	4	2	4	30
74	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	5	4	4	4	4	34
75	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	4	3	5	5	5	35
76	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	3	3	4	5	3	4	31
77	Freelance	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	2	4	4	4	31
78	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	3	5	3	5	4	2	29
79	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	3	2	4	5	2	4	29
80	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	3	3	4	4	5	2	29
81	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	3	5	1	4	4	4	27
82	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	5	4	4	4	3	30
83	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	5	4	5	5	2	3	31
84	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	5	5	3	4	4	5	3	34
85	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	4	3	5	3	4	4	3	29
86	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	5	5	4	4	4	2	4	33
87	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	3	4	2	4	3	26

88	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	5	4	4	4	2	4	29
89	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	5	5	3	4	5	4	2	32
90	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	3	4	4	3	4	3	3	5	29
91	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	5	3	4	4	3	3	28
92	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	4	3	3	3	4	3	5	28
93	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	3	5	4	3	4	2	3	2	26
94	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	5	5	5	4	5	36
95	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	3	4	5	4	4	3	4	32
96	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	3	3	4	4	4	3	29
97	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	3	3	5	4	2	2	2	24
98	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	3	1	3	4	5	5	5	31
99	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	5	1	5	5	4	3	4	30
100	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	5	5	4	2	5	3	33
101	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	1	4	4	4	2	4	29
102	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	5	5	4	2	5	5	35

103	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	2	3	2	4	4	2	27
104	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	3	3	5	4	4	3	3	3	28
105	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	3	4	5	3	2	5	30
106	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	2	3	4	5	3	5	5	31
107	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	3	5	3	5	4	32
108	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	5	5	4	4	4	3	1	29
109	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	3	2	2	3	3	4	25
110	Freelance	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	3	2	4	4	4	3	5	26
111	Freelance	Purwokerto Barat	1 Tahun	1	3	5	5	5	2	3	4	28
112	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	3	4	5	4	5	5	5	36
113	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	5	3	5	3	3	4	5	29
114	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	4	4	4	1	5	5	5	33
115	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	>1 Tahun	2	3	5	2	3	2	5	4	26
116	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	3	2	4	4	5	5	4	32
117	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	4	3	5	3	4	3	3	28

118	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	5	4	3	3	4	4	30
119	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	5	5	3	2	2	2	4	28
120	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	1	3	5	3	5	30

4. Variabel Keputusan Penggunaan Fasilitas Shopee Pinjam

No.	Pekerjaan	Domisili	Lama Penggunaan	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y1.TOTAL
1	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	2	5	2	3	5	1	25
2	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	1	4	3	4	3	3	5	4	27
3	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	3	1	4	2	4	3	3	4	24
4	Mahasiswa / Belum Bekerja	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	2	4	4	4	3	3	1	25
5	Pelajar	Purwokerto Timur	1 Taun	3	2	4	5	4	5	3	2	28
6	Tidak Bekerja	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	4	4	4	5	3	2	29
7	Pelajar	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	5	5	3	5	3	5	4	35
8	Staff Hrd	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	4	1	4	5	4	5	31

9	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	3	3	3	3	5	4	29
10	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	4	4	4	5	5	4	34
11	Masi Sekolah	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	2	3	2	5	5	4	27
12	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	5	3	3	3	4	3	3	28
13	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	2	5	4	5	4	5	4	4	33
14	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	3	4	4	4	3	2	2	25
15	Kuliah S1	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	1	4	1	4	3	3	23
16	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	4	4	4	4	5	4	32
17	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	5	3	5	4	4	4	32
18	Freelance	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	5	4	4	4	3	3	5	32
19	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	4	3	2	3	3	4	4	28
20	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	3	4	1	2	4	27
21	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	5	4	4	4	1	3	4	28

22	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	4	5	4	4	4	5	4	3	33
23	CS	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	2	3	4	4	4	1	4	4	26
24	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	4	4	4	5	4	2	30
25	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	2	4	5	4	2	4	3	28
26	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	3	3	4	3	5	5	4	31
27	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	3	5	3	4	4	31
28	Mahasiswi	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	5	4	3	3	3	4	30
29	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	5	5	4	2	5	5	4	4	34
30	Wiraswasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	4	3	4	5	2	5	31
31	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	3	4	4	5	3	3	4	29
32	Sales	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	4	5	2	4	3	30
33	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	2	2	5	4	4	5	4	4	30
34	Wiraswasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	4	4	1	2	25

35	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	4	4	5	5	3	4	3	32
36	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	5	4	4	4	5	4	34
37	Wiraswasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	1	1	4	3	2	5	4	4	24
38	Buruh	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	1	4	5	2	3	4	27
39	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	5	4	2	4	3	4	4	31
40	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	5	3	2	5	4	5	32
41	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	3	5	4	4	30
42	Waiters	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	3	4	4	4	4	3	30
43	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	1	5	4	4	4	30
44	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	4	1	2	4	2	25
45	Pelajar	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	4	4	5	4	3	3	3	30
46	Mahasiswi	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	Admin	Purwokerto Utara	>1 Tahun	4	4	4	3	1	4	5	4	29

48	Sales	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	2	1	4	1	22
49	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	3	4	2	4	4	4	30
50	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	5	3	4	4	4	5	4	5	34
51	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	5	5	4	5	4	4	4	35
52	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	2	5	4	4	4	3	5	3	30
53	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	4	4	4	4	4	4	4	33
54	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	3	4	4	4	4	31
55	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	4	4	3	4	4	4	29
56	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	4	5	5	4	4	5	4	36
57	Pengangguran	0	<1 Tahun	5	4	4	4	2	4	4	4	31
58	Pengangguran	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	3	4	2	4	29
59	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	4	4	4	3	4	3	29
60	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	3	4	4	4	4	4	4	31
61	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	1	5	5	4	5	5	5	33

62	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	1	4	4	4	4	5	4	30
63	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	5	4	4	5	4	4	4	35
64	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	1	4	4	4	4	5	4	30
65	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	5	3	4	5	4	34
66	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	2	4	4	4	5	4	5	32
67	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	2	2	4	4	4	29
68	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	3	4	4	3	4	4	4	31
69	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	3	4	4	4	5	4	31
70	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	4	5	4	5	4	4	35
71	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	5	4	4	4	3	33
72	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	4	4	2	4	3	29
73	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	3	5	5	4	2	4	33
74	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	5	4	4	4	4	34

75	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	5	4	4	3	5	5	5	35
76	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	3	4	4	5	3	4	32
77	Freelance	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	5	4	4	2	4	4	4	31
78	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	3	5	3	5	4	2	29
79	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	3	4	4	5	2	4	31
80	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	3	4	4	4	5	2	30
81	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	3	4	1	4	4	4	26
82	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	2	4	4	4	3	27
83	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	5	4	5	5	2	3	31
84	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	5	5	5	4	4	5	3	36
85	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	4	3	3	3	4	4	3	27
86	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	5	5	4	4	4	2	4	33
87	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	3	4	2	4	3	26

88	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	3	5	4	4	4	2	4	29
89	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	5	5	3	4	5	4	2	32
90	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	3	4	4	3	4	3	3	5	29
91	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	3	5	3	4	4	3	3	28
92	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	4	3	3	3	4	3	5	28
93	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	3	5	4	3	4	2	3	2	26
94	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	4	5	5	5	4	5	36
95	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	3	4	5	4	4	3	4	32
96	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	3	3	3	4	4	4	3	29
97	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	3	3	5	4	2	2	2	24
98	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	3	1	3	4	5	5	5	31
99	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	5	1	5	5	4	3	4	30
100	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	5	5	4	2	5	3	33

101	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	5	1	4	4	4	2	4	29
102	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	5	5	4	2	5	5	35
103	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	5	2	3	2	4	4	2	27
104	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	3	3	5	4	4	3	3	3	28
105	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	3	4	5	3	2	5	30
106	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	2	3	4	5	3	5	5	31
107	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	5	3	5	3	5	4	32
108	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	5	5	4	4	4	3	1	29
109	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	5	3	2	2	3	3	4	25
110	Freelance	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	3	2	4	4	4	3	5	26
111	Freelance	Purwokerto Barat	1 Tahun	1	3	5	5	5	2	3	4	28
112	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	3	4	5	4	5	5	5	36
113	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	5	3	5	3	3	4	5	29

114	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	4	4	4	1	5	5	5	33
115	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	>1 Tahun	2	3	5	2	3	2	5	4	26
116	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	3	2	4	4	5	5	4	32
117	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	4	3	5	3	4	3	3	28
118	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	5	4	3	3	4	4	30
119	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	5	5	3	2	2	2	4	28
120	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	1	3	5	3	5	30

5. Variabel *Financial Self-Efficacy*

No.	Pekerjaan	Domisili	Lama Penggunaan	M1 .1	M1 .2	M1 .3	M1 .4	M1 .5	M1 .6	M1 .7	M1 .8	M1 .9	M1.10	M1.TOTAL
1	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	2	5	5	1	4	5	1	4	5	36
2	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	4	4	4	4	3	4	4	1	4	37
3	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	5	4	2	5	4	3	4	2	4	38
4	Mahasiswa / Belum Bekerja	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	4	4	4	4	5	4	1	2	4	36

5	Pelajar	Purwokerto Timur	1 Taun	5	4	3	5	3	4	2	2	4	4	36
6	Tidak Bekerja	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	3	2	5	5	39
7	Pelajar	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	36
8	Staff Hrd	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	3	1	4	4	4	5	4	4	37
9	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	2	4	3	4	5	4	4	4	4	38
10	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
11	Masi Sekolah	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
12	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	3	3	4	4	3	2	4	36
13	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	43
14	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	36
15	Kuliah S1	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	5	2	2	3	4	4	36
16	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	40
17	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	39

18	Freelance	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	43
19	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	2	2	2	4	5	1	4	4	5	33
20	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	36
21	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	43
22	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	4	4	4	4	5	4	3	2	4	39
23	CS	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	35
24	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	4	4	5	4	4	2	4	3	39
25	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun		5	5	5	4	4	4	3	4	3	37
26	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	38
27	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	35
28	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
29	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	5	2	2	2	5	4	4	4	4	5	37
30	Wiraswasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	3	3	3	1	2	3	5	3	3	30

31	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
32	Sales	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	4	4	5	5	3	2	3		38
33	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	2	4	4	4	1	3	2	4	3	5		32
34	Wiraswasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5		38
35	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4		43
36	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5		40
37	Wiraswasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	1	3	3	5	2	5	4	4	4	3		34
38	Buruh	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4		42
39	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	2	2	5	4	3	3	4	5	4		37
40	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	3	3	4	2	5	4	5	4	4		38
41	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	4	4	3	5	2	4	2	3		34
42	Waiters	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3		37
43	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	1	1	4	5	4	4	4	5	1		33

44	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	4	1	2	4	2	4	1	30
45	Pelajar	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	4	5	5	4	4	3	3	3	3	5	39
46	Mahasiswi	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	4	5	4	4	4	4	1	1	35
47	Admin	Purwokerto Utara	>1 Tahun	4	3	3	4	1	4	5	4	3	4	35
48	Sales	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	4	4	2	1	4	1	4	1	28
49	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	37
50	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	5	4	4	4	4	5	4	1	3	5	39
51	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	40
52	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	2	4	4	5	4	3	5	2	4	3	36
53	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
54	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	38
55	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	38
56	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
57	Pengangguran	0	<1 Tahun	5	4	4	4	2	4	4	4	2	4	37

58	Pengangguran	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	4	5	3	4	2	3	2	4	35
59	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	4		4	3	4	4	4	3	34
60	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	39
61	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	5	5	5	4	5	5	3	4	5	44
62	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
63	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
64	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	41
65	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	41
66	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	3	3	4	4	5	4	4	2	5	38
67	Mahasiswa	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	3	3	2	2	4	4	4	3	4	33
68	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	39
69	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
70	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	5	5	5	4	5	4	2	5	4	43

71	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	39
72	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	37
73	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	2	2	5	5	4	2	4	4	4	37
74	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
75	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	4	2	2	4	3	5	5	4	4	5	38
76	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	4	4	4	4	4	5	3	5	2	4	39
77	Freelance	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	35
78	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	3	5	3	5	4	3	4	2	36
79	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	3	3	4	4	5	2	4	4	4	37
80	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	1 Tahun	4	3	3	4	4	4	5	2	4	2	35
81	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	4	4	1	4	4	3	4	4	35
82	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	3	3	2	4	4	4	4	5	3	36
83	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	4	4	4	4	5	5	2	4	4	3	39

84	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	5	2	2	5	4	4	5	4	5	3	39
85	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	38
86	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	2	3	4	4	4	2	5	4	4	37
87	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	1 Tahun	4	4	5	3	4	2	4	2	4	3	35
88	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	3	5	2	4	4	4	2	4	4	4	36
89	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	3	4	5	4	5	5	2	41
90	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	37
91	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	<1 Tahun	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	35
92	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	3	3	2	3	3	4	3	4	4	5	34
93	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	3	4	5	3	4	2	3	3	4	2	33
94	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	2	4	5	5	5	4	4	4	5	41
95	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	5	3	3	5	2	4	3	2	4	4	35
96	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	38

97	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	4	5	5	5	2	2	4	3	2	35
98	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	5	5	2	3	4	5	5	4	4	5	42
99	Mahasiswa	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	4	3	5	4	4	3	5	4	4	39
100	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	5	5	4	2	5	4	5	3	42
101	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	5	4	5	4	3	4	2	4	3	4	38
102	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	3	4	5	4	2	5	4	5	5	41
103	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	5	4	1	3	2	4	4	3	4	2	32
104	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	32
105	Mahasiswa	Purwokerto Utara	<1 Tahun	4	3	5	4	4	3	2	2	4	5	36
106	Mahasiswa	Purwokerto Barat	<1 Tahun	4	4	4	4	4	3	5	3	3	5	39
107	Mahasiswa	Purwokerto Timur	>1 Tahun	4	4	5	3	5	3	5	4	3	4	40
108	Mahasiswa	Purwokerto Utara	>1 Tahun	3	4	5	4	4	4	3	4	3	1	35
109	Mahasiswa	Purwokerto Selatan	1 Tahun	3	4	5	2	4	3	3	4	3	4	35

110	Freelance	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	5	4	4	4	4	3	4	3	5	37
111	Freelance	Purwokerto Barat	1 Tahun	1	4	4	5	3	2	3	5	5	4	36
112	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur	<1 Tahun	5	3	3	5	4	5	5	4	5	5	44
113	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	1 Tahun	1	4	4	5	2	3	4	5	3	5	36
114	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	<1 Tahun	5	2	4	4	3	5	5	4	5	5	42
115	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara	>1 Tahun	2	3	5	2	4	2	5	4	3	4	34
116	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan	>1 Tahun	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	43
117	Karyawan Swasta	Purwokerto Barat	>1 Tahun	3	4	3	5	4	4	3	4	5	3	38
118	Mahasiswa	Purwokerto Timur	1 Tahun	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	40
119	Mahasiswa	Purwokerto Utara	1 Tahun	5	4	5	3	5	2	2	4	5	4	39
120	Mahasiswa	Purwokerto Barat	1 Tahun	5	5	4	1	4	5	3	4	3	5	39

Lampiran 3: Output Data SPSS

1. Uji Validitas
 - a. Variabel E-WOM (X1)



Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.383**	.259**	.630**	.221*	.642**	.247**	.264**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.015	.000	.007	.004	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.383**	1	.284**	.222*	.277**	.255**	.454**	.322**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.015	.002	.005	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.259**	.284**	1	.455**	.619**	.605**	.394**	.185*	.692**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002		.000	.000	.000	.000	.043	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	.630**	.222*	.455**	1	.288**	.844**	.593**	.201*	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000		.001	.000	.000	.028	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.5	Pearson Correlation	.221*	.277**	.619**	.288**	1	.283**	.231*	.286**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.015	.002	.000	.001		.002	.011	.002	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.6	Pearson Correlation	.642**	.255**	.605**	.844**	.283**	1	.406**	.222*	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.002		.000	.015	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.7	Pearson Correlation	.247**	.454**	.394**	.593**	.231*	.406**	1	.261**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.011	.000		.004	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.8	Pearson Correlation	.264**	.322**	.185*	.201*	.286**	.222*	.261**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.043	.028	.002	.015	.004		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X1.Total	Pearson Correlation	.695**	.607**	.692**	.790**	.620**	.792**	.665**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

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

b. Variabel *E-Service Quality*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.298**	.312**	.141	.184*	.321**	.230*	.265	.620**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.125	.045	.000	.011	.072	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.298**	1	.294**	.315**	.286**	.754**	.310**	.357**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000	.002	.000	.001	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.312**	.294**	1	.268**	.193*	.400**	.798**	.305**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.003	.035	.000	.000	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.141	.315**	.268**	1	.617**	.430**	.261**	.804**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.125	.000	.003		.000	.000	.004	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.5	Pearson Correlation	.184*	.286**	.193*	.617**	1	.410**	.179	.393**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.045	.002	.035	.000		.000	.050	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.6	Pearson Correlation	.321**	.754**	.400**	.430**	.410**	1	.390**	.371**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.7	Pearson Correlation	.230*	.310**	.798**	.261**	.179	.390**	1	.305**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001	.000	.004	.050	.000		.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.8	Pearson Correlation	.165	.357**	.305**	.804**	.393**	.371**	.305**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.072	.000	.001	.000	.000	.000	.001		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X2.Total	Pearson Correlation	.620**	.673**	.683**	.727**	.611**	.758**	.665**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

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

c. Variabel *Financial Resilience*

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.243**	.213*	.266**	.128	-.457	.287	.247	.683**
	Sig. (2-tailed)		.008	.019	.003	.163	.539	.342	.610	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	.243**	1	.325**	.288**	.235	.136	.189*	.215	.658**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.001	.140	.138	.038	.869	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	.213*	.325**	1	.448**	.061	.420	.251	.263	.739**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000		.000	.509	.826	.577	.074	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	.266**	.288**	.448**	1	-.228	.142	.409	.459**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000		.760	.122	.392	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.5	Pearson Correlation	.128	.135	.261	-.228	1	.077	.533**	.204*	.705**
	Sig. (2-tailed)	.163	.140	.509	.760		.403	.000	.026	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.6	Pearson Correlation	-.157	.136	.220	.142	.477	1	.147	.118	.652**
	Sig. (2-tailed)	.539	.138	.826	.122	.403		.110	.200	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.7	Pearson Correlation	.187	.189*	.251	.179	.533**	.147	1	.291**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.342	.038	.577	.392	.000	.110		.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.8	Pearson Correlation	.147	.215	.163	.459**	.204*	.118	.291**	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.610	.869	.074	.000	.026	.200	.001		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.Total	Pearson Correlation	.683**	.658**	.739**	.639**	.705**	.652**	.663**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.243**	.213*	.266**	.128	-.457	.287	.247	.683**
	Sig. (2-tailed)		.008	.019	.003	.163	.539	.342	.610	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	.243**	1	.325**	.288**	.235	.136	.189*	.215	.658**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.001	.140	.138	.038	.869	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	.213*	.325**	1	.448**	.061	.420	.251	.263	.739**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000		.000	.509	.826	.577	.074	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	.266**	.288**	.448**	1	-.228	.142	.409	.459**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000		.760	.122	.392	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.5	Pearson Correlation	.128	.135	.261	-.228	1	.077	.533**	.204*	.705**
	Sig. (2-tailed)	.163	.140	.509	.760		.403	.000	.026	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.6	Pearson Correlation	-.157	.136	.220	.142	.477	1	.147	.118	.652**
	Sig. (2-tailed)	.539	.138	.826	.122	.403		.110	.200	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.7	Pearson Correlation	.187	.189*	.251	.179	.533**	.147	1	.291**	.663**
	Sig. (2-tailed)	.342	.038	.577	.392	.000	.110		.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.8	Pearson Correlation	.147	.215	.163	.459**	.204*	.118	.291**	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.610	.869	.074	.000	.026	.200	.001		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
X3.Total	Pearson Correlation	.683**	.658**	.739**	.639**	.705**	.652**	.663**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

d. Variabel Keputusan Penggunaan

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.298**	.864**	.346**	.029	-.056	.049	-.079	.637**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.749	.545	.593	.388	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.2	Pearson Correlation	.298**	1	.331**	.325**	.172	-.252	.476	-.171	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.432	.572	.407	.061	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.3	Pearson Correlation	.864**	.331**	1	.414**	.241	-.2098	.111	-.343	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.653	.287	.230	.645	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.4	Pearson Correlation	.346**	.325**	.414**	1	.277	.102	.271	.217	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.402	.268	.438	.856	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.5	Pearson Correlation	.429	.372	.241	.277	1	.485	.601**	.213*	.817**
	Sig. (2-tailed)	.749	.432	.653	.402		.359	.000	.020	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.6	Pearson Correlation	-.256	-.152	-.298	.102	.285	1	-.332	.179	.662**
	Sig. (2-tailed)	.545	.572	.287	.268	.359		.726	.050	.004
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.7	Pearson Correlation	.249	.276	.111	.471	.601**	-.132	1	.190*	.602**
	Sig. (2-tailed)	.593	.407	.230	.438	.000	.726		.037	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.8	Pearson Correlation	-.279	-.171	-.243	.117	.213*	.179	.190*	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.388	.061	.645	.856	.020	.050	.037		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y1.Total	Pearson Correlation	.637**	.767**	.680**	.606**	.817**	.662**	.602**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

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

e. Variabel *Financial Self-Efficacy*



Correlations

		M1.1	M1.2	M1.3	M1.4	M1.5	M1.6	M1.7	M1.8	M1.9	M1.10	M1.Total
M1.1	Pearson Correlation	1	.352**	.368**	.356**	.396**	-.217	.159	.223	-.156	-.183	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.851	.084	.803	.089	.368	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.2	Pearson Correlation	.352**	1	.154	.244**	.189*	.223	.105	.489	-.124	-.222	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000		.093	.007	.039	.804	.256	.333	.177	.809	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.3	Pearson Correlation	.368**	.154	1	.217*	.198*	.242	.183	.197	-.314	.125	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.093		.017	.030	.645	.369	.291	.882	.175	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.4	Pearson Correlation	.356**	.244**	.217*	1	.515**	.223	.168	.112	-.223*	-.157	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.017		.000	.802	.066	.892	.015	.086	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.5	Pearson Correlation	.396**	.189*	.198*	.515**	1	.422	.167	.144	-.203	-.297	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.039	.030	.000		.808	.069	.631	.972	.290	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.6	Pearson Correlation	-.117	.123	.242	.423	.222	1	.205*	.124	.103	.209*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.851	.804	.645	.802	.808		.024	.178	.264	.022	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.7	Pearson Correlation	.159	.105	.483	.368	.167	.205*	1	-.132	.276	.470	.843**
	Sig. (2-tailed)	.084	.256	.369	.066	.069	.024		.150	.411	.450	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.8	Pearson Correlation	.123	.289	.297	.212	.144	.124	-.132	1	.275	.527**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.803	.333	.291	.892	.631	.178	.150		.416	.000	.000

	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.9	Pearson Correlation	-.156	-.124	-.414	-.223*	-.203	.103	.276	.375	1	.203*	.727*
	Sig. (2-tailed)	.089	.177	.882	.015	.972	.264	.411	.416		.027	.023
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.10	Pearson Correlation	-.383	-.222	.125	-.157	-.497	.209*	.170	.527**	.203*	1	.613**
	Sig. (2-tailed)	.368	.809	.175	.086	.290	.022	.450	.000	.027		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
M1.Total	Pearson Correlation	.644**	.650**	.669**	.788**	.748**	.694**	.843**	.624**	.727*	.613**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.023	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level

(2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level

(2-tailed).

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel E-WOM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	9

b. Variabel E-Service Quality

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	9

c. Variabel Financial Resilience

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	9

d. Variabel Keputusan Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	9

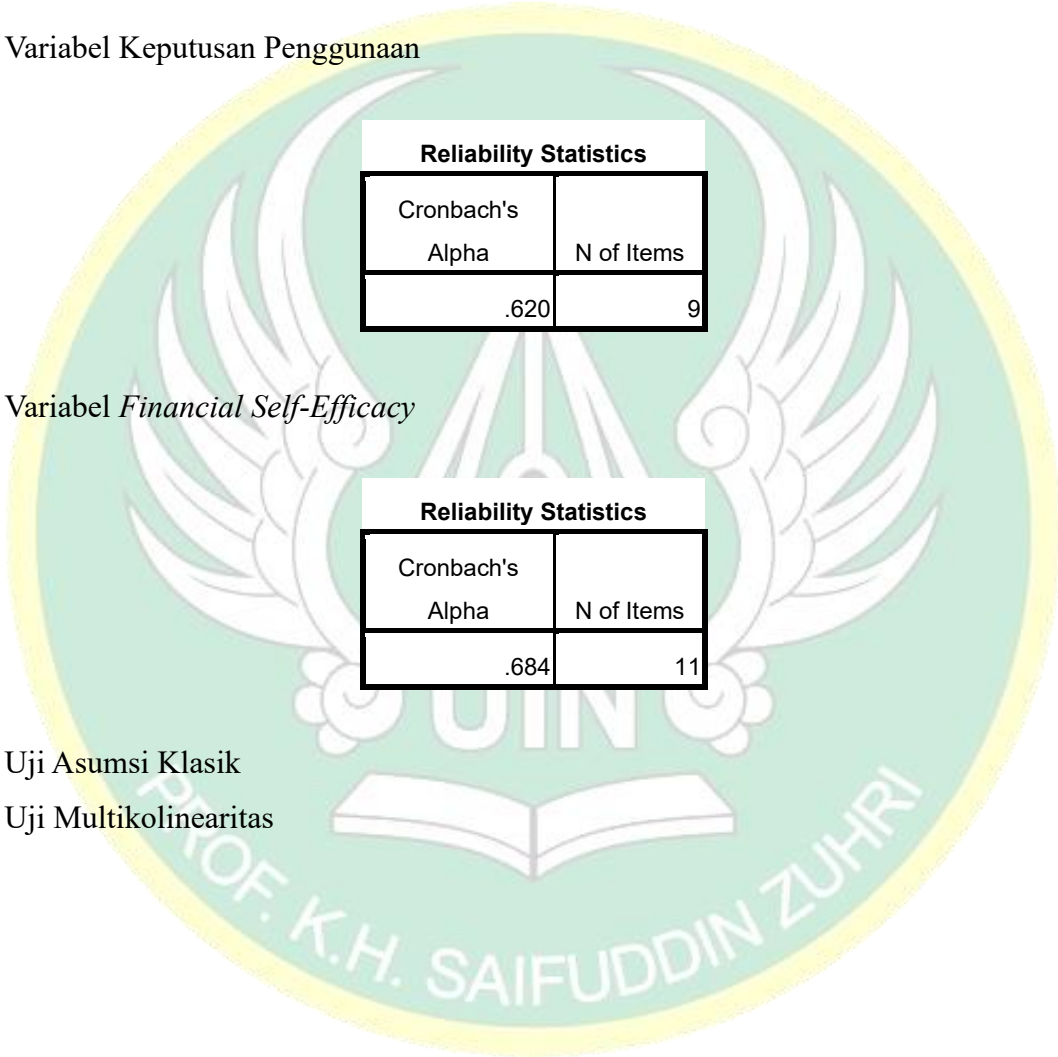
e. Variabel *Financial Self-Efficacy*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	11

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.699	1.253		-.558	.578		
<i>E-WOM</i>	.021	.084	.017	.253	.801	.593	1.687
<i>E-Service Quality</i>	.844	.080	.713	10.577	.000	.580	1.723
<i>Financial Resilience</i>	.170	.084	.157	2.015	.046	.435	2.298
<i>Financial Self-Efficacy</i>	.010	.069	.010	.144	.886	.567	1.763

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan

b. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48620358
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.040
	Negatif	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.879
Asymp. Sig. (2-tailed)		.422
a. Test distribution is Normal.		

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.166	.839		2.581	.011
<i>E-WOM</i>	-.066	.056	-.139	1.182	.240
<i>E-Service Quality</i>	.013	.053	.030	.250	.803
<i>Financial Resilience</i>	-.082	.056	-.199	1.448	.150
<i>Financial Self-Efficacy</i>	.054	.046	.143	1.184	.239

4. Uji Statistik

a. Model 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.130	.306		29.814	.000
<i>E.Service_Quality</i>	-.106	.026	-.693	-4.106	.000
<i>Financial_Resilience</i>	.188	.028	1.349	6.645	.000
<i>E.WOM</i>	-.122	.029	-.800	-4.205	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

b. Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.186	.079		-14.960	.000
<i>E.WOM</i>	-.023	.004	-.152	-5.825	.000
<i>E.Service_Quality</i>	.008	.003	.052	2.449	.023
<i>Financial_Resilience</i>	-.047	.002	-.335	-21.362	.000
<i>Financial_Self_Efficacy</i>	-.051	.002	-.447	-29.008	.000
X1.Moderasi	.003	.000	.585	13.269	.000
X2.Moderasi	.001	.000	.269	6.568	.000
X3.Moderasi	1.224	.010	1.218	119.180	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

c. Uji f model 1

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4.089	3	1.363	16.477	.000 ^a
Residual	2.151	26	.083		
Total	6.240	29			

a. Predictors: (Constant), E.WOM, E.Service_Quality, Financial_Resilience

b. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan

d. Uji f model 2

ANOVA^b

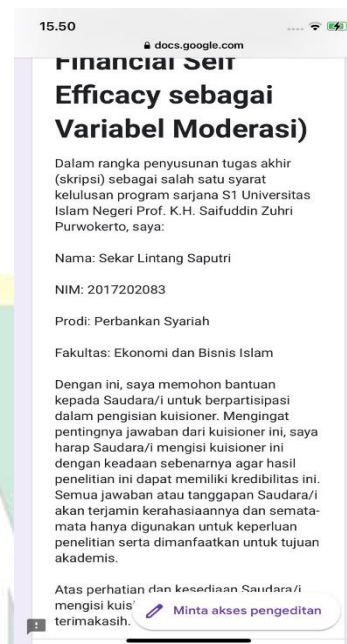
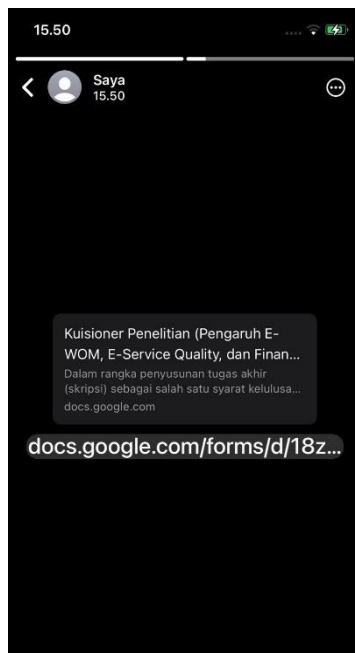
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.239	7	.891	1.520E4	.000 ^a
	Residual	.001	22	.000		
	Total	6.240	29			

a. Predictors: (Constant), E.WOM, E.Service_Quality, Financial_Resilience , Financial_Self_Efficacy, X1.Moderasi, X2.Moderasi, X3.Moderasi

b. Dependent Variable: Keputusan_Penggunaan



Lampiran 4 Distribusi Kuisisioner



Lampiran 5 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 4029/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/8/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Sekar Lintang Saputri
NIM : 2017202083
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.
Judul : Pengaruh E-Wom, E-Service Quality, Dan Financial Resilience Terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Shopee Pinjam Pada Masyarakat Purwokerto Dengan Financial Self Efficacy Sebagai Variabel Moderasi

Pada tanggal 14 September 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 12 September 2023
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1050/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Sekar Lintang Saputri

NIM : 2017202083

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 3 Juni 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **83 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 3 Juni 2024
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 7 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris

1 dari 1



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/24647/2021

This is to certify that :

Name : **SEKAR LINTANG SAPUTRI**
Date of Birth : **CILACAP, April 16th, 2002**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test,
organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on January 4th, 2021,
with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 51
2. Structure and Written Expression	: 46
3. Reading Comprehension	: 58

Obtained Score : 516



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, March 20th, 2021
Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001

Lampiran 8 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab

1 dari 1



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد ياني رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥٣١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٢٤١٢٤ - www.iainpurwokerto.ac.id

السماوة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢١/٢٤٦٤٧

منحت الى

الاسم

: سيكار لينتاج سابوتري

المولودة

: بتشيلانتشاب، ١٦ أبريل ٢٠٠٢

الذي حصل على



٤١ : فهم المسموع

٥٢ : فهم العبارات والتراكيب

٥١ : فهم المقروء

٤٨٠ : النتيجة

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٢٤
فبراير ٢٠٢١



بوروكرتو، ٢٠ مارس
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.
الحاج أحمد سعيد، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٧٠٠٦١٧٢٠٠١١٢١٠٠١



ValidationCode

Lampiran 9 Sertifikat Ujian BTA-PPI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/18950/12/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : SEKAR LINTANG SAPUTRI
NIM : 9020011184

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	73
# Tartil	:	70
# Imla`	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	71



Purwokerto, 12 Sept 2020



ValidationCode

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Sekar Lintang Saputri
NIM : 2017202083
Tempat/ Tanggal Lahir : Cilacap, 16 April 2002
Alamat Rumah : Desa Serang, Rt 03 Rw 03
Kecamatan Cipari
Kabupaten Cilacap

Nama Orang Tua

Nama Ibu : Yuli Setyawati

Nama Ayah : Marjuni

B. Riwayat Pendidikan

1. TK : TK Fatimah Serang, Cipari
2. SD : SD Negeri 01 Serang
3. SMP : SMP Negeri 1 Cipari
4. SMA : SMA Negeri 1 Cipari
5. S.1 : Universitas Islam Negeri Prof. K.H.

Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Anggota PMR Wira tahun 2017-2019
2. Ketua Pramuka Penggalang Tahun 2016
3. Perwakilan Kabupaten dalam Jambore Pramuka Nasional Tahun 2016

D. Pengalaman Magang

1. BSI Area Financing Operation Purwokerto Tahun 2024
2. BMT El-Sejahtera Cipari Tahun 2023

Purwokerto, 19 April 2024

Sekar Lintang Saputri