

**PENGARUH MODEL UTAUT (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBIAYAAN *FINTECH* SYARIAH AMAAN DENGAN *PRIOR EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

**Dini Ayu Puspita Sari**  
NIM 2017202081

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## LEMBAR KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dini Ayu Puspita Sari

NIM : 2017202081

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan *Fintech* Syariah Amaan Dengan *Prior Experience* Sebagai Variabel Moderasi

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

Purwokerto, 3 Juni 2024



Dini Ayu Puspita Sari  
Nim. 2017202081



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 MODEL UTAUT (UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY) TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBIAYAAN FINTECH SYARIAH AMAAN DENGAN PRIOR EXPERIENCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yang disusun oleh Saudara **Dini Ayu Puspita Sari NIM 2017202081** 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 **Rabu, 26 Juni 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Rina Heriyanti, S.S., M.Hum.  
NIP. 19720828 199903 2 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Miftaakhul Amri, S.Sy., M.H.  
NIP. 19920912 202012 1 012

Pembimbing/Penguji

Rini Meliana, S.E., M.Ak.  
NIP. 19940713 202012 2 016

Purwokerto, 28 Juni 2024

Mengesahkan  
Pekan,



H. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Dini Ayu Puspita Sari NIM 2017202081 yang berjudul :

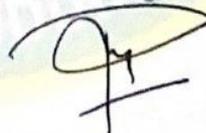
**Pengaruh Model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan *Fintech* Syariah Amaan Dengan *Prior Experience* Sebagai Variabel Moderasi**

Saya berasumsi bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 3 Juni 2024

Pembimbing,



**Rini Meliana, S.E., M.Ak.**

NIP. 19940713 202012 2 016

## MOTTO

“Jadikan perjalanan skripsi menjadi *skripsweet* bukan *skripshit*”

-Rini Meliana, S.E., M.Ak. (2023)-



**PENGARUH MODEL UTAUT (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBIAYAAN *FINTECH* SYARIAH AMAAN DENGAN *PRIOR EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Dini Ayu Puspita Sari**  
**2017202081**

Email: [diniayu662@gmail.com](mailto:diniayu662@gmail.com)

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

**ABSTRAK**

Memasuki era digital, para pelaku industri makin gencar melakukan pengembangan teknologi digital. Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian terkini di Indonesia adalah *financial technology (fintech)*. Adanya pelaku usaha mikro perempuan yang membutuhkan dukungan dalam pengembangan khususnya dukungan permodalan untuk meningkatkan usaha yang dimilikinya. PT. Amaan Indonesia Sejahtera (Amaan) menjadi solusi terintegrasi yang dapat diakses oleh pengusaha mikro perempuan dalam bentuk finansial atau pembiayaan modal usaha. Karena Amaan salah satu sebuah layanan pembiayaan mikro berbasis digital yang mekanismenya lebih mudah dan memiliki komitmen yang jelas terhadap pemberdayaan perempuan dalam sektor bisnis. Penelitian bertujuan untuk menguji model UTAUT dengan dimoderasi *prior experience*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan berupa kuesioner yang dibagikan kepada 250 responden melalui *google form*. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda dan *moderated regression analysis (MRA)* dengan menggunakan alat analisis SmartPLS (v3.0).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. *Prior experience* sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy*. Sedangkan *prior experience* memperkuat pengaruh *social influence* dan *facilitating conditions* terhadap Keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. *R-Square* menunjukkan bahwa variabel keputusan pengguna memiliki nilai sebesar 0,539. Artinya kemampuan variabel X dalam menjelaskan Y adalah sebesar 53,9% (sedang), sehingga dikatakan bahwa kemampuan variabel keputusan pengguna dapat dipengaruhi oleh variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi dan pengalaman sebelumnya cukup kuat. Sedangkan 46,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Kata kunci : *Fintech*, model UTAUT, *prior experience*, keputusan penggunaan pembiayaan Amaan.

***The Influence Of The Utaut Model (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) On The Decision To Use Amaan Islamic Fintech Financing With Prior Experience As A Moderating Variable***

**Dini Ayu Puspita Sari**  
**2017202081**

Email: [diniayu662@gmail.com](mailto:diniayu662@gmail.com)

*Study Program of Islamic Banking Islamic Economic and Business Faculty  
State Islamic Universitas (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*Entering the digital era, industry players are increasingly aggressively developing digital technology. One of the technological developments that has become the subject of recent studies in Indonesia is financial technology (fintech). There are women micro-entrepreneurs who need support in development, especially capital support to improve their businesses. PT Amaan Indonesia Sejahtera (Amaan) is an integrated solution that can be accessed by women micro entrepreneurs in the form of financial or business capital financing. Because Amaan is one of the digital-based microfinance services with an easier mechanism and has a clear commitment to empowering women in the business sector. The study aims to test the UTAUT model with moderated prior experience.*

*This research uses a quantitative approach. The data used is a questionnaire distributed to 250 respondents via google form. The data analysis method uses descriptive statistical analysis, multiple regression analysis and moderated regression analysis (MRA) using the SmartPLS (v3.0) analysis tool.*

*The results show that performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions have a significant effect on the decision to use Amaan Islamic fintech financing. Prior experience as a moderating variable weakens the effect of performance expectancy and effort expectancy. Meanwhile, prior experience strengthens the influence of social influence and facilitating conditions on the decision to use Amaan Islamic fintech financing. R-Square shows that the user decision variable has a value of 0.539. This means that the ability of variable X to explain Y is 53.9% (medium), so it is said that the ability of the user decision variable to be influenced by the variables of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions and prior experience is quite strong. While the remaining 46.1% is influenced by other variables outside the study.*

*Keywords: Fintech, UTAUT model, prior experience, financing usage decision Amaan.*

## 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: 0542 b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ħ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	ž'a	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di 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	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

### 2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

**3. Ta' marbutah di akhir kata bisa dimatikan ditulis h**

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke du aini terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	ditulis	Karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة لنظر	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

**4. Vokal Pendek**

اَ	Fathah	ditulis	A
اِ	Kasrah	ditulis	I
اُ	Dammah	ditulis	U

**5. Vokal Panjang**

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كارم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

**6. Vokal Rangkap**

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

**7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof**

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

**8. Kata sandang alif + lam**

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

**9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى النروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan *Fintech* Syariah Amaan Dengan *Prior Experience* Sebagai Variabel Moderasi.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, yang dalam hal ini dikarenakan kelemahan dan keterbatasan penulis. Namun demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis merasa banyak mendapat bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis 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. Sulkhan Chakim, M.M., 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. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Rini Meliana, S.E., M.Ak. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap dosen, staff, tata usaha, dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukandar dan Ibu Surminah seseorang yang bukan siapa-siapa dimata orang lain. Terimakasih atas kesabaran dan perjuangan untuk kedua anaknya khususnya penulis. Tiada henti selalu mendo'akan, mendukung dan mencurahkan kasih sayangnya yang tidak dapat tergantikan oleh apapun. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan dan kesehatan kepada bapak dan ibu. *I love you more more more.*
14. Kakak kandung saya Tutut Nur'aeni terimakasih telah menjadi kakak yang selalu membantu, mendukung, memberikan semangat, memberikan motivasi arahan yang baik kepada adiknya dan selalu mendo'akan karena kita berdua yang akan melanjutkan perjuangan keluarga.
15. Terimakasih untuk diri sendiri. Terimakasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terimakasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi ini.
16. Keponakan saya Zafran Haziq Al-Khalifi yang selalu membuat semangat melalui clotehannya yang lucu, terimakasih sudah membuat tantenya ini merasa hidup dengan ceria. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.

17. Untuk keluarga besar saya Mukharto *Family* dan Kasroji *Family* yang telah mendo'akan serta memberikan dukungan untuk melanjutkan pendidikan saat ini.
18. Sahabat "Bismillah Tobat" : Sherly Faozy Putri, Diva Amalia Fauzi, Annastasya Dalila Putri Berlian, Ida Ayu Ajeng Cahyaning Lintang, dan Silviana Dwi Novianti terimakasih telah menjadi sahabat senasib dan seperjuangan selama perkuliahan dan selalu mensupport, memberikan saran yang tidak masuk akal. Terakhir terimakasih selalu ada disaat penulis membutuhkan bantuan dan dukungan tanpa henti sehingga secara tidak langsung skripsi ini dapat terselesaikan.
19. Teruntuk Laela Ulfi terimakasih sudah menjadi partner kerja, partner berjuang, partner segalanya dan menjadi tempat keluh kesah penulis. Terimakasih sudah memberikan banyak kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini.
20. Untuk Indra Anggit Prayoga dan Riski Putra Lingga terimakasih sudah menjadi teman satu jalan, baik buruk saya sangat diterima, banyak terepotkan masalah-masalah pribadi saya.
21. Teman-teman kelas PSY B'20 yang sudah kebersamai kebersamaan selama dibangu perkuliahan yang telah terjadi selama ini.
22. Sahabat Organisasi HMJPS'22, DEMA FEBI'23 dan PMII Rayon Febi yang turut memberikan warna dan memberikan banyak pengalaman dimasa perkuliahan.
23. Penghuni kontrakan Ana dan Vanya terimakasih sudah membuat keramaian dimalam hari, memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi supaya cepat-cepat keluar dari kontrakan.
24. Teman-teman dekat saya : deka, evi, shelin, wahyudi, icanraa, elsa, yuliana, intan, anggi, evita terimakasih sudah menjadi teman baik.
25. Terimakasih Amaan Purbalingga sudah memberikan bantuan dan dukungan khususnya ibu rita, mba nada dan mas tantri sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
26. Sahabat The Gang Bang : Puji Lestari, Finka Herliana, Anggit Rahyang Sinta, Dyah Ayu Lungguh Wijayanti dan Ade Septiana Saputri terimakasih atas

- keceriaan, keunikan, keanehan yang diberikan dalam grup. Tidak pernah kumpul bukan berarti bisa asing.
27. Teman-teman KKN 52 Kelompok 88 dan warga Panisihan yang telah memberikan pengalaman menyenangkan dalam perkuliahan.
  28. Teruntuk Sanggar Seni Panginyongan Purwokerto terimakasih sudah memberikan wadah semangat dan kebutuhan finansial dalam penyusunan skripsi ini.
  29. Teman-teman pondok Manbaul Husna dan Kamar Sarah 2020 khususnya Dara terimakasih sudah memberikan kenyamanan, pengetahuan dari penulis yang tidak banyak paham agama.
  30. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

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, 3 Juni 2024



**Dini Ayu Puspita Sari**  
Nim. 2017202081

## DAFTAR ISI

LEMBAR KEASLIAN .....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO .....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB INDONESIA.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Kajian Pustaka.....	14
B. Kajian Teori.....	19
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hipotesis Penelitian.....	30
E. Landasan Teologis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	42
E. Sumber Data Penelitian.....	44

F. Pengumpulan Data Penelitian .....	44
G. Analisis Data Penelitian .....	45
BAB IV PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Objek Penelitian .....	49
1. Gambaran Umum PT. Amaan Indonesia Sejahtera (Amaan) .....	49
2. Gambaran Umum Pembiayaan Amaan .....	51
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
C. Hasil Penelitian .....	57
1. Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	57
2. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	59
3. Analisis Statistik Deskriptif.....	61
4. Analisis Regresi Berganda .....	64
5. Uji Hipotesis.....	65
6. Uji Moderasi/ MRA ( <i>Moderated Regression Analysis</i> ).....	66
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan .....	82
B. Keterbatasan Penelitian.....	84
C. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Amaan 2022-20248 .....	9
Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	16
Tabel 3.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
Tabel 3.2 Indikator Penelitian .....	43
Tabel 3.3 Skala Likert .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Usia.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir .....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Jenis Usaha .....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Lama Usaha .....	56
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Lama Menggunakan Pembiayaan .....	56
Tabel 4.6 Hasil HTMT.....	57
Tabel 4.7 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	58
Table 4.8 Nilai R-Square.....	59
Tabel 4.9 Model FIT .....	60
Tabel 4.10 Hasil F-Square.....	60
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Analisis Statistik Deskriptif .....	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Path Coefficients Hipotesis .....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Path Coefficients MRA .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital .....	3
Gambar 2. 1 Model UTAUT .....	22
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	30



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Izin Kuesioner

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 : Distribusi Tanggapan Responden

Lampiran 4 : Tabulasi Data

Lampiran 5 : Hasil Uji SmartPLS (v3.0)

Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era digital, para pelaku industri makin gencar melakukan pengembangan teknologi digital. Salah satu perkembangan teknologi yang menjadi bahan kajian terkini di Indonesia adalah teknologi finansial atau *financial technology (fintech)*. Menurut definisi yang dijabarkan oleh *National Digital Research Centre (NDRC)*, teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa finansial, dimana istilah tersebut berasal dari kata "*financial*" dan "*technology*" (*fintech*) yang mengacu ada inovasi finansial dengan melalui teknologi modern. *Fintech* merupakan industri yang bergerak dengan sangat cepat dan dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang berbeda. Hadirnya *fintech* ini mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial pada lembaga perbankan maupun *non* perbankan, sehingga diharapkan bisa memfasilitas proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman serta modern, meliputi layanan keuangan berbasis digital yang saat ini berkembang di Indonesia (Rika Susanti, 2019).

*Fintech* dapat digunakan untuk memberikan kemudahan di antara peminjam dana dengan pemberi pinjaman. Kehadiran *fintech* tentunya sangat membantu masyarakat di suatu negara. Masyarakat yang membutuhkan produk finansial tertentu, dapat dilakukan dengan mudah mengajukan permohonan secara *online*. Adanya kemudahan tersebut pelayanan finansial ini ditunjukkan bahwa mekanisme kerja yang dapat digolongkan cepat dan mudah serta kebutuhan dokumen untuk mendapatkan produk finansial terkait dapat diminimalkan (Mediatama, 2023). Banyak sekali aplikasi-aplikasi buatan *fintech* yang tersebar dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat untuk memenuhi finansialnya. Tidak hanya itu, lembaga keuangan formal juga mulai beralih menggunakan digital dengan membuat layanan berbasis *online*.

Perkembangan *fintech* tidak hanya terdapat pada *fintech* konvensional saja, namun sampai ini perkembangan *fintech* berbasis syariah juga sudah mulai berkembang di masyarakat. Dimana layanan *fintech* syariah yakni memberikan

penawaran dan menggunakan mekanisme yang berbasis syariah. *Fintech* syariah mulai diminati masyarakat karena sangat membantu sekali sebagai media untuk pendanaan dan pembiayaan yang berbasis teknologi. Jadi masyarakat tidak perlu repot-repot lagi untuk berangkat ke kantornya karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja lewat aplikasi. Sehingga, dengan munculnya *fintech* syariah ini diharapkan dapat meningkatkan kemaslahatan masyarakat agar lebih efektif dan efisien (Rahmawati et al., 2020).

Layanan teknologi finansial berbasis syariah di Indonesia didukung oleh fatwa dari Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No : 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang mempertemukan atau menghubungkan pemberi pembiayaan dengan penerima pembiayaan dalam rangka melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Sehingga masyarakat tidak perlu khawatir akan adanya penipuan dan penyalahgunaan (DSN-MUI, 2018).

Dukungan ini menjadi hal penting bagi para *start-up* yang menjalankan sistem bisnis berdasarkan syariah untuk menerapkan ketentuan-ketentuan syariah. Mulai dari produk yang ditawarkan, akad yang digunakan sampai rukun dan serta batasan hukumnya sesuai ketentuan fatwa dan tidak bertentangan pula dengan prinsip perlindungan konsumen. Perbedaan *fintech* konvensional dengan syariah terletak pada proses akad yang dilakukan pemilik usaha dan investor. Salah satunya adalah sama dengan yang ada di perbankan, asuransi atau pembiayaan syariah pasti ada *syariah complaint*. Artinya kegiatan ini dilakukan dengan prinsip syariah, jadi ketika dalam melakukan pembiayaan kepada peminjam harus digunakan untuk kegiatan yang tidak bertentangan dengan syariah. Kemudian yang menjamin *fintech* syariah itu syariah atau tidaknya yaitu dengan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah itu juga berlaku untuk perbankan, asuransi dan pembiayaan syariah (Aziz, 2020).

Bisnis *start-up* adalah suatu usaha rintisan yang berada pada tahap pengembangan dan disertai dengan adanya riset pasar. Inovasi dalam bisnis

*start-up* terjadi apabila pengusaha dapat menciptakan sebuah inovasi teknologi serta menjadikan produk tersebut dipasarkan sehingga mendatangkan keuntungan. Salah satu contoh konkretnya adalah pinjaman dalam perbankan maupun perusahaan pembiayaan yang dapat dilakukan beberapa hari, akan tetapi dengan *fintech* yang kini sudah banyak di akun-akun dunia maya lebih singkat lagi prosesnya. Apalagi dengan salah satu atau beberapa investor yang menyediakan dana untuk masyarakat yang membutuhkan maka hal ini sangat bermanfaat salah satunya bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hal ini dikarenakan waktu yang dibutuhkan lebih cepat, efisien dan memangkas biaya- biaya yang tidak diperlukan sehingga banyak perusahaan *start up* di bidang *fintech* yang masuk di *platform* pinjaman (Aziz, 2020).

**Gambar 1.1**  
**Daftar Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital**

No	Nama Platform	Nama Perusahaan	Surat Tanda Tercatat	Tanggal	Sistem Operasi
1	Vospay	PT VOSTROPAY PARAMARTA NUSANTARA	Tercatat : S-76/MS.72/2019	Tercatat : 26 Maret 2019	Web
2	Bantoe.id	PT GOTONG ROYONG INDONESIA	Tercatat : S-100/MS.72/2019	Tercatat : 26 Maret 2019	Web
3	AgriON	PT ISAN TECHNOLOGY INDONESIA	Tercatat : S-161/MS.72/2019	Tercatat : 15 Juli 2019	Web
4	Lendana	PT LENDANA DIGITALINDO NUSANTARA	Tercatat : S-273/MS.72/2019	Tercatat : 25 Oktober 2019	Web
5	ASIRA	PT AYANNAH SOLUSI NUSANTARA	Tercatat : S-324/MS.72/2019	Tercatat : 23 Desember 2019	Web
6	SyarQ	PT SYARQ SOLUSI INDONESIA	Tercatat : S-226/MS.72/2020	Tercatat : 15 Agustus 2020	Web, App
7	Amaan	PT AMAAN INDONESIA SEJAHTERA	Tercatat : S-227/MS.72/2020	Tercatat : 15 Agustus 2020	App
8	Artaku	PT SARANA PASAR DIGITAL	Tercatat : S-362/MS.72/2021	Tercatat : 1 November 2021	App

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

Gambar di atas menunjukkan data Perusahaan Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital per Oktober 2022, dengan kategori *Financing Agent* yang merupakan Inovasi Keuangan Digital (IKD) berbasis situs web atau aplikasi yang membantu Lembaga Jasa Keuangan (LJK) untuk menyalurkan pembiayaan kepada calon nasabah dan nasabah. PT. Amaan Indonesia Sejahtera atau disebut dengan Amaan adalah salah satu lembaga keuangan bukan bank yang masuk dalam kategori *Financial Technology (Fintech)* dan sudah tercatat resmi dalam OJK serta dijadikannya objek dalam penelitian ini.

PT. Amaan Indonesia Sejahtera (AMAAN) merupakan perusahaan *start-up* di sektor ekonomi kreatif yang memberikan layanan produk keuangan dan pendukung usaha berbasis digital dengan menyediakan *platform* berbasis digital untuk perempuan pengusaha agar bisa menikmati berbagai layanan keuangan dan *non*-keuangan. Melihat komunitas ini memiliki limitasi terhadap akses layanan keuangan formal, dan belum terlayani secara optimal. Amaan bergerak untuk mempertemukan melalui kanal digital, institusi keuangan dan para komunitas perempuan pengusaha mikro di Indonesia agar dapat menikmati kebutuhan produk dan layanan keuangan secara utuh pembiayaan, tabungan, dan produk keuangan lainnya (Putra & Mahanani, 2022).

Produk pembiayaan yang ada pada PT Amaan Indonesia Sejahtera adalah pembiayaan modal usaha dengan menggunakan akad *murabahah*. Pembiayaan modal usaha merupakan pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan modal suatu perusahaan dalam hal pembiayaan aktiva lancar perusahaan, seperti dalam membeli bahan baku, barang dagangan, bahan pembantu, biaya eksploitasi barang modal, piutang, dan lain-lain. Pembiayaan modal usaha di PT Amaan Indonesia Sejahtera merupakan pembiayaan jangka pendek dengan rentang waktu satu tahun di mana terdapat tabungan wadiah didalamnya sebesar 10% yang akan dikembalikan diakhir masa pembiayaan dan margin sebesar 30% sesuai dengan jumlah yang diajukan oleh nasabah (Erisa Kustari, 2023).

Pembayaran dapat diangsur dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian oleh nasabah. Pembiayaan ini diberikan kepada pengusaha mikro perempuan yang telah memiliki kelompok dengan minimal anggota sebanyak 3 (tiga) orang. Kelompok ini sebagai salah satu syarat diberikannya pembiayaan *murabahah*, adapun untuk jumlah pengajuan pembiayaan dan jumlah angsuran perbulan tetap dilakukan secara sendiri-sendiri (Erisa Kustari, 2023). Dalam hal ini mekanisme pinjaman tetap harus melalui petugas Amaan di setiap area (kecamatan) untuk meminimalisir adanya kesulitan dalam pembayaran dan terjadinya kredit macet.

Suatu penerimaan penggunaan pada sistem dapat ditentukan dan diprediksi oleh beberapa faktor yang mengukur kemungkinan tindakan konsumen. Hal ini dapat dianalisis melalui penerapan teori model UTAUT yang dicetuskan oleh Venkatesh et al pada tahun 2003. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) ialah model teori yang dibangun dengan tujuan mengkaji serta memperkirakan sebuah tingkat penerimaan maupun penggunaan pada teknologi informasi. UTAUT terbentuk dari empat penyusun utama yang tergolong atas ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*). Model teori UTAUT diterapkan pada penelitian ini karena mampu memberikan penjabaran lebih kuat mengenai minat dan memprediksi perilaku individu terhadap penggunaan teknologi informasi secara berkelanjutan. Selain itu, UTAUT terbukti 70% lebih berhasil dalam menjelaskan dan mewakili rangkaian konstruk teori penerimaan teknologi dalam memprediksi perilaku pengguna dibanding dengan teori sebelumnya (Anjani & Mukhlis, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Anjani & Mukhlis, (2022) menyimpulkan variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) mempengaruhi secara positif serta signifikan dalam menentukan minat perilaku (*behavioral intention*) dalam menggunakan *BRI Mobile Banking*. Penelitian oleh Wilfan & Martini, (2021) *LinkAja* yang menjadi satu-satunya aplikasi uang elektronik milik BUMN berfokus kepada pemenuhan kebutuhan *stakeholder* dan selalu meningkatkan fitur serta layanan aplikasinya, yang menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi.

Berdasarkan penelitian diatas tersebut terdapat *gap riset* atau perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Yang menjadikan peneliti melakukan penelitian lebih mendalam menggunakan model teori UTAUT pada keputusan penggunaan suatu sistem. Variabel yang digunakan peneliti adalah empat kunci

konstruk UTAUT yaitu *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), *social influence* (faktor sosial) dan *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi). Peneliti juga meneliti bagaimana *prior experience* atau pengalaman sebelumnya dalam berinteraksi dengan produk atau layanan keuangan akan mempengaruhi keputusan mereka dimasa mendatang. Pengalaman yang memuaskan dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan nasabah untuk menggunakan kembali produk pembiayaan tersebut. Penelitian ini akan dilakukan pada pengguna pembiayaan Amaan di Kabupaten Purbalingga.

Purbalingga adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki banyak pengusaha UMKM. Hal ini sesuai dengan penelitian O. A. D. Wulandari et al, (2020) yang mengemukakan bahwa salah satu kabupaten yang memiliki banyak jumlah pelaku usaha dengan produk yang dihasilkan yaitu kabupaten Purbalingga. Pemerintah Purbalingga telah mendorong inovasi dalam bidang teknologi dan keuangan syariah lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan melakukan pembinaan secara khusus atau intensif di berbagai program oleh dinas UMKM dan adanya kerjasama antara pemerintah dengan lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan *platform* digital syariah Amaan.

Harapan kinerja (*performance expectancy*) merupakan faktor yang mengukur tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi akan membantunya meningkatkan pencapaian kinerjanya (Aprianto, 2022). Dinilai dari keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan dapat melibatkan aspek kecepatan, kenyamanan, keamanan dalam proses transaksi. Pengguna mengharapkan layanan yang efisien antarmuka yang mudah digunakan serta perlindungan data dari *platform* digital Amaan. Masyarakat Purbalingga yang mempertimbangkan proses pembiayaan yang dapat memberikan persetujuan dan pencairan dana lebih cepat dan memungkinkan mengajukan pembiayaan tanpa perlu mengunjungi kantor fisik akan meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas pengguna.

Pada harapan usaha (*effort expectancy*) yang digunakan dalam mengukur tingkat kemudahan untuk seseorang dalam penggunaan teknologi informasi, hal ini akan berdampak langsung terhadap kemudahan dalam pekerjaannya (Aprianto, 2022). Faktor harapan usaha dari keputusannya dalam menggunakan pembiayaan Amaan mencakup keterjangkauan, kemudahan proses dari aplikasi serta transparansi dalam syarat dan ketentuannya dalam pengajuan pembiayaan modal usaha tersebut. Dengan kemudahan yang ada masyarakat merasa memiliki akses yang mudah tanpa perlu melewati proses yang rumit pada Amaan, mendapatkan bantuan oleh petugas serta sistem yang berjalan lancar mendukung keputusan pengusaha mikro perempuan di Purbalingga untuk memanfaatkan pembiayaan syariah Amaan.

Pengaruh sosial (*social influence*) digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya untuk menggunakan teknologi informasi yang diimplementasikan (Aprianto, 2022). Faktor sosial juga mempengaruhi keputusan masyarakat Purbalingga dalam penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan hal ini dipengaruhi oleh norma sosial, pandangan masyarakat dan interaksi dari kelompok pengusaha mikro lainnya. Dalam hal ini masyarakat yang menggunakan pembiayaan *fintech* Amaan dikarenakan lingkungan sekitar atau memang keinginan dari individu sendiri untuk memenuhi kebutuhannya.

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang dipengaruhi oleh pengorganisasian dan infrastruktur yang disediakan dapat membantu mengoperasikan teknologi informasi yang diimplementasikan (Aprianto, 2022). Masyarakat yang membutuhkan untuk mendapatkan bantuan atau informasi kapanpun tanpa harus menunggu jam kerja. Amaan yang menyediakan *platform* atau aplikasi yang ramah pengguna dan mudah digunakan dapat mempengaruhi nasabah dalam penggunaannya.

Faktor pengalaman yang juga memiliki peran penting dalam upaya penerimaan teknologi. Pengalaman sebelumnya dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan kembali pembiayaan Amaan karena

pengalaman sebelumnya dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang resiko, manfaat, dan proses penggunaan kembali pembiayaan tersebut. Orang yang memiliki pengalaman positif mungkin lebih cenderung untuk menggunakan kembali pembiayaan pada Amaan daripada orang yang memiliki pengalaman negatif atau tidak memiliki pengalaman sama sekali (Mandagie et al., 2020).

Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Perilaku konsumen menitikberatkan pada aktivitas yang berhubungan dengan konsumsi individu. Pemahaman tentang proses pengambilan keputusan konsumen memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik konsumen, mempengaruhi preferensi mereka, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Iqbal & Sihotang, 2023).

Suatu keputusan pembelian juga dilatarbelakangi oleh faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan diri serta komitmen terhadap agama seseorang (Warsito et al., 2020). Maka ketika berbicara tentang proses keputusan konsumen maka tidak berhenti pada proses konsumsi saja tetapi berlanjut pada proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukan. Termasuk perhatian konsumen terhadap kualitas produk yang mereka konsumsi. Hal ini terjadi dengan adanya kemudahan fasilitas untuk dapat menyampaikan keluhan, sehingga peningkatan kualitas produk menjadi lebih penting (Shafrani, 2015).

Sebuah fenomena yang terjadi pada penelitian ini, pengusaha mikro perempuan di kabupaten Purbalingga yang masih kesulitan untuk mendapatkan akses permodalan. Dengan hal tersebut mencangkup peningkatan minat dalam layanan keuangan syariah, yang menawarkan pembiayaan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini dapat mencerminkan kesadaran akan alternatif keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Beberapa alasan yang membuat terjadinya kurangnya modal karena dalam pengajuan modal usaha yang ditolak,

bahwa dianggap usahanya tidak layak didanai atau sulit untuk memenuhi persyaratan, ataupun ada yang memang dari awal tidak memiliki keinginan untuk melakukan pembiayaan usaha pada lembaga finansial dan proses pengajuan modal yang terlalu sulit. Hal ini dapat menjadi hambatan serius dan membatasi kemampuan mereka untuk memulai atau mengembangkan usaha.

Dukungan modal yang cukup penting untuk membantu mereka merintis atau mengembangkan usaha mereka. *Financial Teknologi (Fintech)* Syariah Amaan dapat dijadikan salah satu alternatif solusi yang menarik oleh pelaku usaha mikro perempuan di Purbalingga, terutama yang tidak memiliki kapasitas dan pernyataan cukup untuk mendapatkan pembiayaan perbankan, khususnya pembiayaan modal usaha yang lebih mudah diakses dan fleksibel. Banyaknya lembaga pembiayaan dengan *platform* digital syariah yang ada, akan membuat *fintech* syariah Amaan menjadi salah satu sebuah layanan pembiayaan mikro berbasis digital yang diminati oleh pengusaha mikro perempuan di Purbalingga, hal tersebut karena Amaan memiliki komitmen yang jelas terhadap pemberdayaan perempuan dalam sektor bisnis.

**Tabel 1.1**

***Jumlah Nasabah Pengguna Pembiayaan Amaan 2022-2023***

Lokasi	Jumlah Nasabah	
	2022	2023
<b>Purbalingga 1</b> (Kecamatan Purbalingga, Bobotsari, Kaligondang, Kalimanah, Karangjambu)	350	420
<b>Purbalingga 2</b> (Kecamatatan Rembang, Karang Moncol, Kertanegara, Karanganyar, Bojongsari, Mrebet, Bukateja, Kejobong, Pengadegan)	425	805
<b>Jumlah</b>	775	1.225

*Sumber: wawancara karyawan Amaan*

Hasil wawancara sederhana yang dilakukan kepada Kepala Cabang atau biasa dikenal dengan *Bussines Leader* Amaan di Purbalingga menyatakan bahwa terjadi peningkatan pada jumlah nasabah setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan kurangnya modal usaha yang memadai dan proses pengajuan

pembiayaan yang dianggap cepat dan mudah. Pengalaman penggunaan sebelumnya pada nasabah Amaan di Purbalingga juga menjadi salah satu faktor penting karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan untuk mengambil keputusan kembali pembiayaan pada *fintech* syariah Amaan. Selain itu, program-program edukasi dan pendampingan usaha yang dilakukan oleh Amaan juga berperan besar dalam meningkatkan kepercayaan nasabah. Dukungan yang diberikan tidak hanya terbatas pada pembiayaan, tetapi juga pada peningkatan kapasitas usaha melalui pelatihan dan konsultasi bisnis. Inisiatif ini telah membantu banyak pengusaha kecil dan menengah di Purbalingga untuk berkembang dan memperluas jaringan usaha mereka, sehingga secara keseluruhan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan pendekatan yang holistik dan inklusif, Amaan berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha nasabahnya.

Munculnya *platform* keuangan berbasis digital baik sebagai alat pembayaran atau akses memberikan pinjaman atau pemberian kredit menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga keuangan yang ada untuk meningkatkan pangsa pasar agar diterima lebih luas oleh masyarakat. Keputusan untuk menggunakan pembiayaan melalui *platform* syariah Amaan dapat bergantung pada kebutuhan individu dan preferensi mereka, terutama jika mereka mencari solusi pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan mereka.

PT. Amaan Indonesia Sejahtera cabang Purbalingga memiliki peningkatan cukup signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Dengan peningkatannya pasti memiliki faktor-faktor yang mempengaruhinya. Oleh sebab itu, dilihat dari latar belakang yang penulis paparkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH MODEL UTAUT (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBIAYAAN *FINTECH* SYARIAH AMAAN DENGAN *PRIOR EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
5. Apakah *prior experience* memperkuat *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
6. Apakah *prior experience* memperkuat *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
7. Apakah *prior experience* memperkuat *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?
8. Apakah *prior experience* memperkuat *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan merupakan hal yang penting dalam sebuah penelitian, dengan tujuan tersebut maka penelitian dapat dikatakan tercapai dan terarah. Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* syariah Amaan.
2. Untuk menguji pengaruh *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* syariah Amaan.
3. Untuk menguji pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* syariah Amaan.

4. Untuk menguji pengaruh *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* syariah Amaan.
5. Untuk menguji pengaruh *prior experience* memperkuat *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
6. Untuk menguji pengaruh *prior experience* memperkuat *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
7. Untuk menguji pengaruh *prior experience* memperkuat *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
8. Untuk menguji pengaruh *prior experience* memperkuat *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

Selain tujuan diatas, penelitian juga akan mendapatkan sebuah manfaat setelah tujuan tersebut tercapai. Manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Manfaat Teoritis

Peneliti ingin menggali konsep teoritis mengenai pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan melalui *fintech* syariah Amaan dengan *prior experience* sebagai variabel moderasi di Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini dapat melibatkan pemahaman sejarah penggunaan *fintech* yang memodifikasi dampak faktor-faktor UTAUT pada keputusan penggunaan *fintech* Amaan serta memberikan wawasan yang lebih kaya terkait dengan penerimaan dan penggunaan *platform* Amaan.

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi PT. Amaan Indonesia Sejahtera khususnya cabang Purbalingga untuk mengetahui tanggapan dari nasabah terhadap keputusannya dalam menggunakan pembiayaan yang ada pada *platform* syariah Amaan, selain itu memberikan sumbangan pikiran untuk mengevaluasi atau untuk

meningkatkan kinerja guna memperluas pengetahuan dan persepsi nasabah terhadap perusahaan Amaan.

#### D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk dapat mempermudah peneliti dan pembaca dalam melihat beberapa bagian yang berbeda. Dalam penelitian ini terdapat tiga bagian dasar yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

Bagian isi tercantum meliputi lima bab. Dimulai dari bab pertama yaitu pendahuluan yang berisikan latarbelakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua terdiri dari landasan teori yang membahas *grand theory* perilaku konsumen dan model UTAUT terdiri dari *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), *social influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), variabel moderasi *prior experience* (pengalaman sebelumnya) dan keputusan penggunaan. Dalam bab inilah variabel-variabel dapat diuraikan secara rinci.

Bab ketiga berisikan metodologi penelitian. Metodologi penelitian dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab keempat membahas tentang hasil dari penelitian penerapan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan dengan *prior experience* sebagai variabel moderasi pada nasabah Amaan cabang Purbalingga.

Yang terakhir adalah penutup atau bab kelima, bagian ini adalah penghujung dari penelitian. Karena pada bagian ini terdapat hasil penelitian yang tegas dan lugas yang tercantum dalam sebuah kesimpulan, keterbatasan penelitian dan terdapat saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan penelitian.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka menjelaskan laporan tentang apa yang telah ditemukan oleh peneliti lain atau membahas masalah penelitian. Pada bagian kajian pustaka ini peneliti menyajikan beberapa hasil penelitian terdahulu. Dengan adanya penelitian terdahulu, penelitian ini dapat terhindar dari peniruan, pemalsuan dan plagiat. Berikut adalah kajian pustaka dalam penelitian ini yang bersumber dari literatur jurnal ilmiah :

*Pertama*, penelitian oleh Anjani & Mukhlis, (2022) yang berjudul “*Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Techology) Terhadap Minat dan Perilaku Pengguna Mobile Banking*”. Bahwa ekspetasi kinerja (*performance expectancy*), ekspetasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) mempengaruhi secara positif serta signifikan dalam menentukan minat perilaku (*behavioral intention*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Dalam hal ini aplikasi *m-banking* BRI telah mampu memberikan infrastruktur sistem yang lengkap bagi pengguna. Minat Perilaku (*behavioral intention*) dalam penelitiannya mempengaruhi secara positif dan juga signifikan terhadap pengaruhnya atas perilaku pengguna (*use behavior*) pengguna BRI *Mobile Banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa minat pengguna terhadap aplikasi BRI *Mobile Banking* menyebabkan perilaku untuk terus menggunakan akan semakin besar.

*Kedua*, penelitian Edi Purwanto, (2020) yang berjudul “*The Intention and Use Behavior of the Mobile Banking System in Indonesia: UTAUT Model*”. Hasil penelitiannya bahwa ekspetasi upaya dan kondisi yang mendukung menjadi simultan keinginan generasi perkotaan untuk memanfaatkan *m-banking* dalam aktivitas sehari-hari. Namun, ekspetasi kerja dan pengaruh sosial tidak demikian. Serta pengaruh niat menggunakan terhadap perilaku pengguna adalah positif atau signifikan. *M-banking* dalam pandangan para

pebisnis memberikan kemudahan dalam menggunakan transaksi keuangan yang berkaitan dengan urusan bisnis.

*Ketiga*, penelitian oleh Rachmawati et al., (2020) yang berjudul “*Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology (Utaut)*”. Bahwa *Performance Expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, kemudian *behavioral intention* berpengaruh terhadap *behavioral usage*, dan *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral usage* melalui *behavioral intention*.

*Keempat*, penelitian oleh Chairia et al., (2020) yang berjudul “*Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung Terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya*”. Dalam penelitian ini ditemukan ekspektasi usaha secara parsial memiliki peran menentukan niat perilaku menggunakan *itqan mobile*, sedangkan ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kondisi yang mendukung tidak memiliki peran secara parsial dalam menentukan niat perilaku menggunakan *itqan mobile*. Ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan niat perilaku menggunakan *itqan mobile* secara parsial tidak memiliki peran menentukan perilaku pengguna *itqan mobile*, sedangkan pengaruh sosial dan kondisi yang mendukung secara parsial berperan menentukan perilaku pengguna *itqan mobile*. Selanjutnya, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang mendukung secara parsial berperan secara tidak langsung menentukan perilaku pengguna *itqan mobile* melalui niat perilaku menggunakan *itqan mobile* sebagai variabel mediasi (*intervening*).

*Kelima*, penelitian Pamungkas & Sudiarno, (2022) yang berjudul “*Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi BRIMO*”. *Behavioral Intention* pengguna aplikasi BRIMO secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence*. Sedangkan *use behavior* pengguna

aplikasi BRImo secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh *facilitating condition* dan *behavioral intention*.

Keenam, penelitian Widiastutik & Oktaviani, (2020) yang berjudul “Pengaruh Pengalaman Dalam Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Intensitas Pengguna E-Filing”. Dalam penelitian ini ditemukan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas wajib pajak. Pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas wajib pajak. Pengalaman mampu memperkuat hubungan persepsi kemudahan terhadap intensitas wajib pajak.

**Tabel 2.1**  
**Kajian Pustaka**

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	“Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Pengguna Mobile Banking” (Anjani & Mukhlis, 2022)	Terdapat persamaan pada variabel independen yang digunakan yaitu <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions.</i>	Terdapat perbedaan di objek penelitian dan variabel dependen yang digunakan. Fokus penelitian saya yaitu keputusan pengguna pembiayaan Fintech Syariah Amaan di kabupaten Purbalingga. Dan peneliti menggunakan variabel moderasi dalam penelitiannya.
2.	“The Intention and Use Behavior Of The Mobile Banking System in Indonesia :	Terdapat persamaan pada variabel independen yang digunakan yaitu	Terdapat perbedaan di objek penelitian dan variabel dependen yang digunakan.

	<i>UTAUT Model”</i> (Ridhwan & Purwanto, 2020)	<i>performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions.</i>	Fokus penelitian saya yaitu keputusan pengguna pembiayaan <i>Fintech</i> Syariah Amaan di kabupaten Purbalingga. Peneliti juga menggunakan variabel moderasi untuk memperkuat teori UTAUT dalam penelitiannya.
3.	<i>“Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use of Technology”</i> (Rachmawati et al., 2020)	Terdapat persamaan pada variabel independen yang digunakan yaitu <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions.</i>	Terdapat perbedaan pada objek yang diteliti, peneliti terfokus untuk meneliti pada pengguna pembiayaan aplikasi Amaan cabang Purbalingga. Peneliti juga menggunakan variabel moderasi untuk memperkuat teori UTAUT.
4.	<i>“Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial dan Kondisi yang Mendukung Terhadap Perilaku Pengguna Itqan</i>	Terdapat persamaan pada variabel independen yang digunakan yaitu Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial dan	Terdapat perbedaan pada objek yang diteliti, penulis terfokus untuk meneliti pada pengguna pembiayaan aplikasi Amaan

	<p><i>Mobile yang Di Mediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya”</i> (Chairia et al., 2020)</p>	<p>Kondisi yang Mendukung.</p>	<p>cabang Purbalingga. Penulis juga menggunakan variabel moderasi bukan variabel mediasi untuk memperkuat teori UTAUT.</p>
5.	<p><i>“Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology) Untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Aplikasi BRIMO”</i> (Pamungkas &amp; Sudiarno, 2022)</p>	<p>Terdapat persamaan pada variabel independen yang digunakan yaitu <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence dan facilitating conditions.</i></p>	<p>Terdapat perbedaan pada objek yang diteliti, penulis terfokus untuk meneliti pada pengguna pembiayaan aplikasi Amaan cabang Purbalingga. Penulis juga menggunakan variabel moderasi untuk memperkuat UTAUT</p>
6.	<p><i>“Pengaruh Pengalaman Dalam Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Intensitas Pengguna E-Filling”</i> (Widiastutik &amp; Oktaviani, 2020)</p>	<p>Terdapat persamaan pada variabel moderasi yang digunakan yaitu Pengalaman.</p>	<p>Terdapat perbedaan pada variabel bebas yang digunakan, penulis menggunakan variabel UTAUT dan objek yang digunakan adalah pengguna pembiayaan Amaan cabang Purbalingga.</p>

Sumber : Data sekunder yang diolah

## B. Kajian Teori

### 1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai bagian dari perilaku manusia (*human behavior*) merupakan studi yang relatif kompleks. Schiffman & Kanuk tahun 2007 mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah studi mengenai proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide atau pengalaman dalam rangka memuaskan keinginan dan hasrat tertentu (Razak, 2016 : 4)

Dalam dunia persaingan *hyper-competitif*, hanya organisasi yang memiliki keunggulan kompetitif, yaitu mereka yang mampu memahami selera dan kebutuhan konsumen serta mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan secara lebih baik dari apa yang diberikan oleh kompetitornya. Perubahan paradigma pemasaran ke arah *customer-driven* yang berorientasi pada *value added mentality* berarti bahwa *customer* dan *competitor* menjadi dua unsur yang tidak terpisahkan. Bahwa perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran yang akan berimplikasi pada kegagalan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Razak, 2016 : 1 ).

Mengerti dan memahami perilaku konsumen adalah penting untuk mencapai keunggulan kompetitif, sebab pemahaman tentang perilaku pembelian konsumen merupakan inti dari kegiatan pemasaran dari suatu *customer driven organization*. Selanjutnya perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif dapat mempengaruhi konsumen atau calon pelanggan untuk menetapkan pilihan produknya secara meyakinkan. Dengan memahami perilaku konsumen perusahaan atau pemasar selanjutnya dapat merancang produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memberi kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan produk tersebut (Razak, 2016: 1-2).

Perilaku konsumen merupakan studi yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Perilaku konsumen merupakan aktivitas individu dalam pencarian, pengevaluasian, pemerolehan, pengonsumsi dan penghentian pemakaian barang dan jasa (Razak, 2016 : 12). Perilaku konsumen pada dasarnya merupakan aktifitas fisik maupun mental para konsumen akhir maupun konsumen bisnis yang meliputi aktifitas mendapatkan, mengonsumsi dan menghentikan pemakaian produk, jasa, ide dan atau pengalaman tertentu (Razak, 2016 : 4).

Konsumen berada dalam lingkungan yang kompleks. Perilaku mereka dalam memutuskan pembelian dipengaruhi oleh :

a. Pengaruh Lingkungan

Faktor lingkungan adalah unsur-unsur yang terdapat di luar individu yang mempengaruhi konsumen individu. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen, meliputi budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

b. Pengaruh Individu

Lingkungan individu merupakan faktor-faktor internal yang menggerakkan dan mempengaruhi perilaku, yang meliputi sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian dan gaya hidup.

c. Faktor Psikologis

Keputusan pembelian konsumen selain dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan individu, juga melibatkan proses psikologis. Proses psikologi meliputi pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap dan perilaku.

Untuk menggeneralisasikan riset perilaku konsumen dapat dilakukan melalui tiga perspektif riset yang bertindak sebagai pedoman pemikiran dan pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Ketiga perspektif tersebut adalah perspektif

pengambilan keputusan (*decision-making perspective*), perspektif pengalaman (*experiential perspective*) dan perspektif pengaruh perilaku (*behavioral influence perspective*) (Razak, 2016).

## 2. Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*)

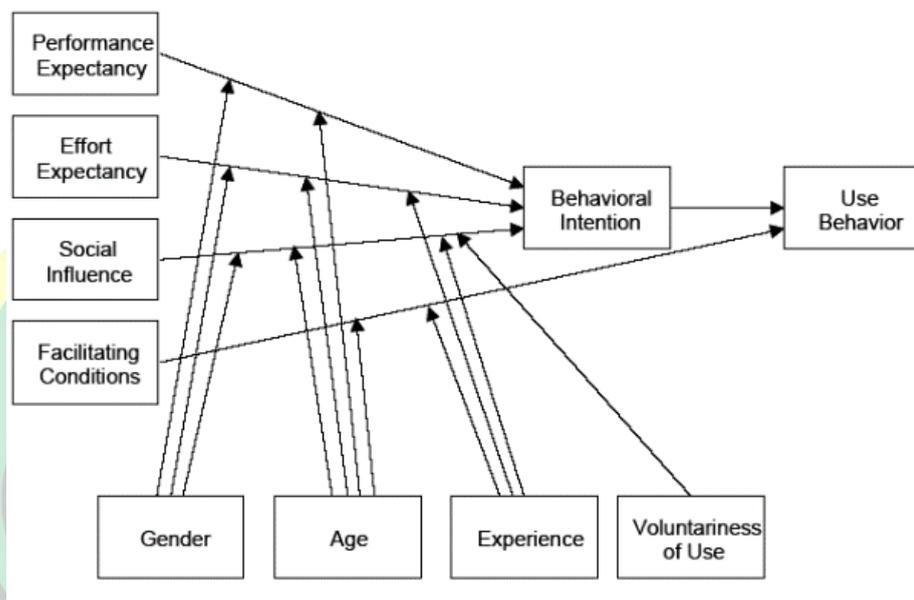
Model UTAUT merupakan sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis dan Fred D. Davis pada tahun 2003. Model ini menggambarkan berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap suatu Teknologi Informasi (TI). UTAUT merupakan salah satu model yang menggambarkan faktor-faktor penerimaan teknologi informasi oleh individu yang dikembangkan. UTAUT dikembangkan melalui pengkajian delapan model teori penerimaan teknologi yang banyak digunakan dalam penelitian TI sebelumnya (Indah et al., 2018). Adapun teori-teorinya adalah

- 1) *Theory of reasoned action* (TRA),
- 2) *Technology acceptance model* (TAM),
- 3) *Motivational model* (MM),
- 4) *Theory of planned behavior* (TPB),
- 5) *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB),
- 6) *Model of PC utilization* (MPTU),
- 7) *Innovation diffusion theory* (IDT) dan
- 8) *Social cognitive theory* (SCT)

UTAUT telah terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan sampai 70% varian niat (*intention*). Dari perbandingan antara beberapa model tersebut maka diperoleh 4 faktor yang mempengaruhi penerimaan sebuah sistem yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), faktor sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*). Teori ini menyediakan alat yang berguna bagi para manager yang perlu menilai kemungkinan keberhasilan pengenalan teknologi baru dan membantu mereka memahami penggerak penerimaan dengan tujuan

untuk proaktif mendesain intervensi (termasuk pelatihan, sosialisasi, dan lain-lain) yang ditargetkan (Mustaqim et al., 2018).

**Gambar 2. 1**  
**Model UTAUT**



Sumber : Venkatesh et al., (2003)

Berdasarkan gambar diatas model UTAUT memiliki empat faktor lain yaitu *gender* (jenis kelamin), *age* (umur), *voluntariness of use* (kesukarelaan) dan *experience* (pengalaman) yang berfungsi sebagai moderator yang memperkuat pengaruh keempat faktor utama terhadap perilaku penerimaan teknologi (Mustaqim et al., 2018).

### 3. *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja)

Ekspektasi kinerja adalah titik dimana seorang pengguna menyadari bahwa menggunakan teknologi akan memungkinkan mereka untuk meningkatkan produktivitas di lingkungan kerja mereka. Konstruk ini menggambarkan manfaat suatu teknologi bagi pemakainya. Hal ini mengindikasikan, semakin tinggi keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi membantunya mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaannya, maka semakin tinggi pula seseorang tersebut mengambil keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam konstruk ini terdapat beberapa

konsep-konsep yang diperoleh dari model penelitian sebelumnya tentang model penerimaan dan penggunaan teknologi. Ekspektasi kinerja dihasilkan berdasarkan lima variabel dari model atau teori sebelumnya, yaitu *perceived usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT), dan *outcome expectations* (SCT) (Venkatesh et al., 2003).

a. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

*Perceived usefulness* terdapat dalam model TAM (1989) dan C-TAM-TPB (1995), adalah saat seseorang menyadari bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka dalam pekerjaan mereka.

b. *Extrinsic Motivation* (Motivasi Ekstrinsik)

*Extrinsic Motivation* terdapat dalam model MM (1992), didefinisikan sebagai keyakinan bahwa seseorang akan bertindak dengan cara tertentu karena mereka percaya akan berhasil mencapai tujuan tertentu, seperti meningkatkan produktivitas, memperbaiki situasi keuangan atau mendapatkan promosi.

c. *Job-fit* (Kesesuaian Pekerjaan)

*Job-fit* terdapat dalam model MPCU (1991), didefinisikan sebagai kemampuan sebuah sistem dalam meningkatkan kinerja seorang pengguna.

d. *Relative Advantage* (Kemampuan Relatif)

*Relative advantage* terdapat dalam model IDT (1991) adalah kondisi dimana seorang pengguna menyadari bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu lebih baik daripada menggunakan cara sebelumnya.

e. *Outcome Expectations* (Ekspektasi-Ekspektasi Hasil)

*Outcome expectations* terdapat dalam model SCT (1995), merupakan harapan-harapan yang dimiliki oleh seorang individu terhadap hasil dari pekerjaan dan tujuan yang dimiliki.

#### 4. *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha)

Ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan seorang pengguna dalam memakai suatu teknologi. Kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya. Seseorang individu yang memiliki tingkat ekspektasi usaha yang tinggi dianggap memiliki persepsi yang baik terhadap sistem. Konstruk ini diharapkan dapat memberikan dampak lebih pada tahap awal individu menggunakan teknologi. Ekspektasi usaha berasal dari tiga variabel utama antara lain *perceived ease of use* (TAM), *complexity* (MPCU), dan *ease of use* (IDT) (Venkatesh et al., 2003).

##### a. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

*Perceived ease of use* terdapat pada model TAM (1989), merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa sistem teknologi mudah digunakan.

##### b. *Complexity* (Tingkat Kerumitan)

*Complexity* terdapat pada model MPCU (1991), merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi sulit untuk dipahami dan digunakan.

##### c. *Ease of Use* (Kemudahan penggunaan)

*Ease of use* digunakan dalam model IDT (1991), merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa sistem sulit untuk digunakan.

#### 5. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Pengaruh sosial adalah ukuran sejauh mana kemungkinan seorang pengguna mengadopsi teknologi baru karena kemampuannya untuk meyakinkan orang lain dalam lingkungan sosialnya atau lingkungannya. Venkatesh et al., (2003) menyatakan bahwa peran pengaruh sosial dalam keputusan penerimaan teknologi cukup kompleks pada berbagai pengaruh kontingen. Menurut Sudarsono, (2022) orang di sekitar nasabah mempunyai pengaruh penting dalam mempengaruhi seseorang untuk menggunakan

suatu teknologi. Variabel yang mendukung pengaruh sosial yaitu *Subjective norm* (TRA, TAM2, TPB/DTPB dan C-TAM-TPB), *social factors* (MPCU) dan *image* (IDT).

a. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

*Subjective norm* terdapat pada model TRA (1975), TAM (1989), TPB (1988), dan C-TAM-TPB (1995), merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa orang yang penting menurutnya harus dan tidak harus untuk menggunakan suatu sistem teknologi.

b. *Social Factors* (Faktor Sosial)

*Social factors* terdapat pada model MPCU (1991), didefinisikan bahwa penggunaan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh suatu organisasi, sebuah budaya, atau orang lain dari status sosial tertentu.

c. *Image* (Kesan)

*Image* merupakan salah satu konstruk dalam model IDT (1991), merupakan dimana seorang pengguna sistem merasa bahwa menggunakan sistem teknologi akan meningkatkan status sosialnya.

**6. *Facilitating Conditions* (Kondisi Memfasilitasi)**

Menurut Venkatesh et al., (2003) kondisi memfasilitasi adalah tingkat kepercayaan anantara pengguna dan sumber daya serta infrastruktur yang tersedia untuk menggunakan suatu teknologi tertentu. Kondisi memfasilitasi di operasionalkan untuk memasukan aspek lingkungan teknologi dan organisasi yang dirancang untuk menghilangkan hambatan yang digunakan. Kondisi memfasilitasi berasal dari tiga konstruk berbeda, yaitu *perceived behavioral control* (TPB.DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU), dan *Compatibilitas* (IDT).

a. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)

Konstruksi ini digunakan dalam model TPB (1988) dan C-TAM-TPB (1995), merupakan kombinasi persepsi internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk efektif, serta kondisi-kondisi yang mendukung sistem teknologi baik saat penggunaan maupun setelah penggunaan.

b. *Facilitating Conditions* (Kondisi Memfasilitasi)

Konstruk ini digunakan dalam model MPCU (1991), merupakan faktor objektif di sekitar lingkungan organisasi yang dipercaya membuat mudah dalam penggunaan teknologi tertentu.

c. *Compatibility* (Kompatibilitas)

Konstruk ini digunakan dalam model IDT (1991), merupakan tingkat dimana suatu sistem dianggap dapat memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan pengalaman pengguna.

**7. *Prior Experience* (Pengalaman Sebelumnya)**

Pengalaman adalah sesuatu yang sudah dirasakan, diketahui, dan dikerjakan. Pengalaman bisa menjadikan orang lebih bersikap hati-hati dan bisa mempertimbangkan segala sesuatu secara tenang dan matang (Tresnawaty, 2021). Pengalaman merupakan pengetahuan dan keahlian yang diperoleh atau didapat oleh seseorang dari suatu peristiwa melalui pengamatan langsung maupun berpartisipasi langsung dalam peristiwa tersebut. Pekerjaan yang dilakukan berulang-ulang merupakan salah satu faktor utama yang dapat meningkatkan pengalaman seseorang (Mahmudi, 2021). Dengan meningkatkannya pengalaman seseorang, hal ini akan membuat individu tersebut menjadi lebih baik dalam mengetahui berbagai hambatan yang mungkin akan dialami.

Pengalaman penggunaan merupakan keseluruhan perasaan atau pengalaman yang dimiliki seseorang saat menggunakan produk, seperti situs web, perangkat seluler, atau aplikasi perangkat lunak. Mencakup seberapa mudah menggunakannya, seberapa menyenangkan dan memuaskan pengalaman itu, seberapa bermanfaat, dan seberapa baik pengalaman itu memenuhi kebutuhan orang tersebut. Pengalaman juga merupakan kunci kesuksesan dan inovasi karena konsumen akan membeli dan menggunakan produk berdasarkan desain, kegunaan dan daya tariknya (Ross, 2014).

Pengalaman pengguna sering diartikan sebagai pencapaian yang berhasil atau tidaknya dari suatu produk/jasa oleh penggunanya. Beberapa

hal yang dapat dijadikan sebagai indikator pengalaman pengguna yaitu *sense, feel, think, act* dan *relate* (Damayanti et al., 2020).

a. *Sense*

*Sense experience* pengalaman seputar tampilan, fasilitas dan produk yang didapatkan pelanggan dari pandang, rasa, aroma, sentuhan dan suara. *Sense experience* merupakan salah satu cara untuk menyentuh emosi konsumen melalui pengalaman yang dapat diperoleh konsumen lewat panca indra (mata, telinga, lidah, kulit dan hidung) yang mereka miliki melalui produk dan servis (Hutasoit, 2020). Hal ini termasuk dalam kenyamanan tempat, aksesibilitas, kemudahan navigasi, serta ketersediaan dan kehandalan fasilitas yang disediakan.

b. *Feel*

*Feel experience* disebut emosi, suasana hati, dan perasaan pelanggan yang didapat dari mengkonsumsi produk dan jasa. Emosi yang kuat dan positif dalam pengalaman akan meningkatkan manajemen hubungan pelanggan antara pelanggan dan penjual. *Feel* dapat dilakukan dengan servis dan layanan yang baik, serta keramahan pada pelayanan (Hutasoit, 2020). Layanan yang mudah digunakan, efisien dan menyenangkan akan menciptakan *feel* yang lebih baik daripada layanan yang sulit digunakan atau membingungkan.

c. *Think*

*Think experience* memberikan suatu pengalaman agar pelanggan dapat berfikir tentang produk yang kita tawarkan, kemudian pelanggan dapat memilih produk mana yang baik untuk dikonsumsi. Pengalaman ini agar dapat memikat konsumen dan mencoba membangkitkan rasa ingin tahu konsumen kemudian datang dan merasakan produk yang kita tawarkan (Hidayati & Fatimah, 2017).

d. *Act*

*Act experience* yang berupa gaya hidup dapat diterapkan dengan menggunakan *trend* yang sedang berlangsung atau mendorong terciptanya *trend* budaya baru. Tujuan dari *Act experience* adalah untuk

memberikan kesan terhadap pola perilaku dan gaya hidup, serta memperkaya pola interaksi sosial melalui strategi yang dilakukan (Gersom Hendarsono, 2013). Hal ini mencakup berbagai kegiatan yang dilakukan oleh pengguna yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi, berpartisipasi atau berkontribusi dalam konteks pengalaman tertentu. Pengalaman yang menyediakan kesempatan untuk aktif berpartisipasi sering kali dianggap lebih menarik, memuaskan dan berdampak bagi pengguna.

e. *Relate*

*Relate Experience* menunjukkan hubungan dengan orang lain, kelompok lain (misalnya pekerjaan, gaya hidup) atau komunitas sosial yang lebih luas dan abstrak (misalnya negara, masyarakat, budaya). Tujuan dari *relate experience* adalah menghubungkan konsumen tersebut dengan budaya dan lingkungan sosial yang dicerminkan oleh merek suatu produk (Hendarsono, 2013). Merujuk pada kemampuan pengguna untuk merasa terhubung dengan rekomendasi atau informasi yang diberikan kepada mereka, serta kemampuan mereka untuk membagikan atau merekomendasikan informasi tersebut kepada orang lain, terutama kepada kerabat atau teman-teman mereka.

## 8. Keputusan Penggunaan

Keputusan menggunakan merupakan suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Pengambilan keputusan berawal dari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Penentuan kebutuhan tersebut terkait dengan beberapa alternatif yang ada. Pilihan alternatif yang dimiliki konsumen tergantung dari kebutuhan mendasar yang mendorong mereka menentukan sebuah pilihan, yang dirasa paling tepat. Proses pengambilan keputusan, akan memakan waktu yang lama dan melibatkan pencarian informasi, kemudian penilaian dan pertimbangan yang diikuti dengan proses penyesuaian diri terhadap tujuan (Azizah, 2020).

Menurut Kotler pada tahun 2006, keputusan menggunakan dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yaitu :

a. Kemantapan pada sebuah produk

Sesuai kebutuhan pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan (Winasis et al., 2022). Pilihan yang ada didasarkan pada mutu, kualitas dan faktor lain yang memberikan kemantapan bagi konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan.

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan menggunakan produk diukur melalui kesukaan, kemudahan mencari produk, mencari informasi, mengumpulkan informasi dan kepuasan akan produk. Kebiasaan merupakan perilaku konsumen atau kebiasaan dapat di definisikan sebagai perilaku yang berulang kali di lakukan (Kurniawati, 2019). Ketika konsumen telah melakukan keputusan pembelian dan mereka merasa produk sudah melekat dibenaknya bahkan manfaat produk sudah dirasakan.

c. Merekomendasikan kepada orang lain

Konsumen menyebarkan pengalamannya mengenai penggunaan suatu produk kepada orang lain agar orang tersebut bersedia untuk mengkonsumsi produk sama dengan yang digunakannya (Mandala, 2019). Jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

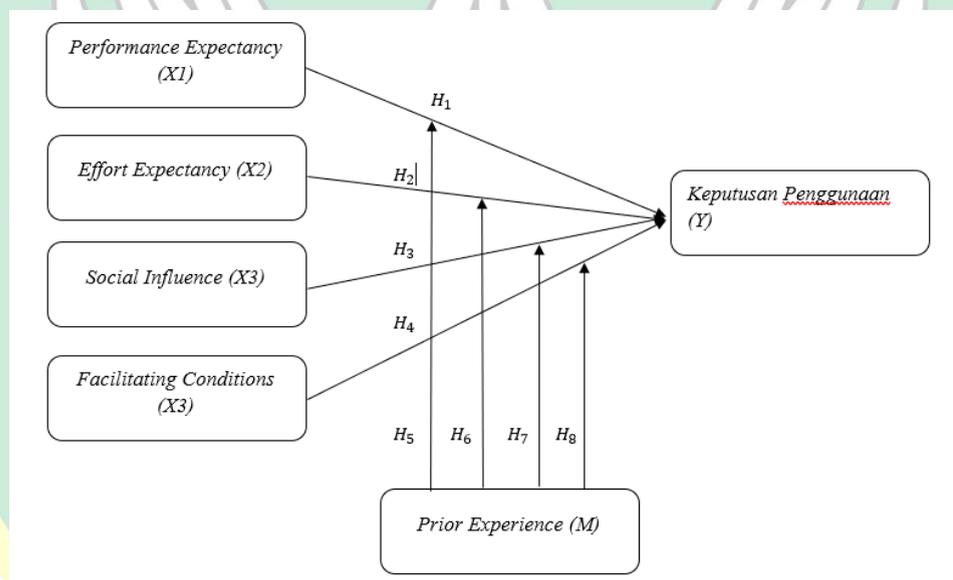
d. Melakukan pembelian ulang

Pembelian berulang keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang (Winasis et al., 2022). Perilaku pelanggan yang dimana pelanggan merespon positif terhadap apa yang telah diberikan oleh perusahaan dan berminat untuk melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk tersebut.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antara variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis (Sugiono, 2015 : 92). Kerangka berpikir digunakan sebagai pedoman peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Gambar2.2**  
**Kerangka Berpikir**



Sumber : data sekunder yang di olah

Keterangan :  
 → : Hubungan / hipotesis

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian. Hipotesis penelitian disusun berdasarkan pemahaman proses, khususnya tentang media landasan dan dalil atau teori terkait dengan kasus atau fenomena yang menjadi obyek penelitian (Taufik, 2021). Hipotesis

dilakukan untuk menghindari suatu penelitian yang tidak terarah, maka dari itu dalam penelitian ini ditentukan hipotesis sebagai berikut

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan

*Performance Expectancy* merupakan seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi akan membantu untuk mendapatkan kemudahan dan keuntungan kinerja dalam pekerjaan (Mustaqim et al., 2018). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Huzaemi & Atin, (2018) menunjukkan bahwa *performance expectancy* mempunyai pengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) yang artinya sistem *e-ticket* PT. X akan digunakan apabila memiliki keuntungan, keuntungan tersebut bisa berupa bahwa menggunakan sistem akan lebih cepat dibandingkan tanpa sistem atau sebagainya. Penelitian oleh Gina & Effendi, (2015) menunjukkan bahwa *performance expectancy* atau harapan kinerja berpengaruh positif terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*), hal tersebut menjelaskan bahwa manfaat dari harapan kinerja dalam menggunakan layanan *mobile banking* akan mempengaruhi niat responden dalam berperilaku untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarsono, (2022) bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat nasabah menggunakan *mobile banking*. Keadaan ini menunjukkan bahwa nasabah cenderung mendapatkan manfaat dari penggunaan *mobile banking* sehingga nasabah menggunakan *mobile banking* dalam transaksi sehari-hari.

Dengan mengacu pada teori dan berbagai rujukan penelitian sebelumnya, maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut :

**$H_1$  : *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan**

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan

*Effort Expectancy* atau ekspektasi usaha adalah tingkat kemudahan penggunaan sistem yang dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu)

individu melakukan pekerjaannya (Sudiarno, 2022). Berdasarkan penelitian Chairia et al., (2020) bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku menggunakan *itqan mobile*. Layanan *itqan mobile* telah memiliki fitur-fitur yang cukup lengkap dan mudah menggunakan (*user friendly*), sehingga usaha yang diperlakukan untuk mempelajari penggunaan *itqan mobile* tidak terlalu banyak atau tidak menyulitkan penggunaan. Penelitian oleh Diniyah, (2021) menunjukkan bahwa hubungan signifikan dan positif terhadap penggunaan *platform crowd funding*. Wikif akan menggunakan layanan tersebut untuk pembayaran wakaf ketika merasa mendapat kemudahan dalam mengoperasikan *platform* tersebut. Begitupun penelitian oleh Pamungkas & Sudiarno, (2022) bahwa *effort expectancy* berpengaruh dan signifikan terhadap *behavioral intention*. Pengguna aplikasi BRImo merasa aplikasi ini mudah digunakan dengan tampilan yang *user friendly*.

Dengan mengacu pada teori dan berbagai rujukan penelitian sebelumnya, maka dapat ditentukan hipotesisi sebagai berikut :

***H<sub>2</sub> : Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan

*Social Influence* atau faktor sosial didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang individu menganggap bahwa orang lain meyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan sistem informasi berbasis komputer yang baru (Handayani, 2007). Pada penelitian Sodik et al., (2022) bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan *digital banking* di Bank Jago Syariah. Menurut Chaidir et al., (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku nasabah menggunakan *mobile banking* pada bank konvensional maupun pada bank syariah. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati et al., (2020) bahwa *social*

*influence* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *mobile banking*.

Dengan mengacu pada teori dan berbagai rujukan penelitian sebelumnya, maka dapat ditemukan hipotesis sebagai berikut

***H<sub>3</sub> : Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan**

4. Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) yaitu sejauh mana seorang individu mempercayai bahwa adanya fasilitas dan teknis yang mendukung penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam hal ini, semakin baik kondisi memfasilitasi yang tersedia maka semakin besar pula kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru tersebut (Widyaningrum, 2020). Penelitian oleh Amalia et al., (2018) *facilitating conditions* secara positif memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan layanan *internet banking*. Menurut Sudarsono, (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *mobile banking*. Pada penelitian Rachmawati et al., (2020) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna *mobile banking*.

Dengan mengacu pada teori dan berbagai rujukan penelitian sebelumnya, maka dapat ditemukan hipotesis sebagai berikut :

***H<sub>4</sub> : Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan**

5. Pengaruh *Prior Experience* memperkuat *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan

*Prior Experience* adalah konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai dengan harapannya. Penelitian oleh Khairani & Giri, (2020) menunjukkan *prior experience*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap harapan usaha (*effort expectancy*) dan pengaruh sosial (*social influence*). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya pengalaman responden, maka semakin tinggi harapan responden untuk mendapatkan manfaat kemudahan ketika akan menggunakan layanan *mobile banking*. Penelitian oleh Widiastutik & Oktaviani, (2020) menunjukkan bahwa pengalaman mampu memperkuat hubungan persepsi kemudahan terhadap intensitas wajib pajak. Dalam penelitian yang dilakukan Marsidi et al., (2022) menunjukkan bahwa pengaruh pengalaman memoderasi hubungan ekspektasi usaha terhadap niat berperilaku secara simultan dan positif memoderasi. Taurina, (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengalaman memperkuat pengaruh antara kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *Shopee Paylater*.

Dengan mengacu pada teori dan berbagai rujukan penelitian sebelumnya, maka dapat ditemukan hipotesis sebagai berikut :

***H<sub>5</sub> : Prior Experience*** memperkuat pengaruh *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

***H<sub>6</sub> : Prior Experience*** memperkuat pengaruh *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

***H<sub>7</sub> : Prior Experience*** memperkuat pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

***H<sub>8</sub> : Prior Experience*** memperkuat pengaruh *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

#### E. Landasan Teologis

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, kebutuhan masyarakat terhadap jasa-jasa lembaga keuangan juga meningkat baik dari segi kuantitas maupun dari segi kualitas. Lembaga keuangan disini meliputi lembaga keuangan bank dan *non-bank*. Adanya pembiayaan pada lembaga keuangan syariah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan tersedianya jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Khususnya yang berkaitan dengan praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian (*maisyr*), ketidakpastian (*gharar*) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah (Supini, 2019),

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ  
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى  
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

*Artinya: “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (QS. Al-Baqarah 2:275)*

Ayat ini menjelaskan bahwa keuntungan dari pedagang yang diperoleh, dari modal yang ditanamnya, atau keuntungan yang sesuai dengan jumlah modal yang ditanamnya dalam usaha persekutuan adalah halal dan diperkenankan, tetapi keuntungan yang diperoleh dari beban (bunga) yang diberikan kepada kreditor atas usahanya, sehingga lebih dari yang dipinjamnya adalah haram. Dan Allah SWT tidak menganggapnya seperti keuntungan yang diperoleh dari perdagangan tersebut (Supini, 2019).

Memanfaatkan teknologi (*fintech*) secara bijaksana untuk meningkatkan kinerja yang efisien serta mencari yang paling mudah dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari, sesuai dengan prinsip Islam yang mengajarkan kita untuk menggunakan segala sumber daya dengan baik dan tidak berlebihan.

*Performance expectancy* dalam teknologi merujuk pada harapan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja dan efisiensi. Dalam Islam, kita diajarkan untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas hidup dan pekerjaan

kita dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada. Dijelaskan pada Q.S Ali-Imran: 191, yang berbunyi :

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ قَوْلًا عَذَابِ النَّارِ

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata).” Ya Tuhan Kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Maha suci Engkau, lindungilah kami dari azab neraka”.

Ayat tersebut mengajarkan kita untuk merenungkan dan memanfaatkan ciptaan Allah dengan benar. Ayat ini juga mendorong kita untuk menggunakan teknologi guna meningkatkan kinerja dan efisiensi, karena segala sesuatu yang diciptakan Allah tidaklah sia-sia.

*Effort expectancy* dalam teknologi merujuk pada kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi. Dalam Islam, kita diajarkan untuk mencari jalan yang paling mudah dan efisien dalam melaksanakan tugas kita, tanpa mengurangi kualitas usaha dan hasil. Seperti yang terkandung dalam Q.S Al-Baqarah:286 yang berbunyi :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِن نَّسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya : “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maaflah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir”.

Ayat diatas menyatakan bahwa Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ayat ini mengajarkan kita untuk mencari cara yang paling mudah dan efisien dalam menggunakan teknologi,

sehingga tugas dapat diselesaikan dengan baik tanpa membebani diri kita secara berlebihan.

*Social influence* merujuk pada pengaruh yang diberikan oleh orang lain dalam pengambilan keputusan atau tindakan. Dalam Islam, kita diajarkan untuk saling menasihati dalam kebaikan dan mendorong satu sama lain untuk melakukan hal yang benar. Dalam Q.S Al-‘Asr:3 :

وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ

Artinya : “kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasihati untuk kebenaran dan saling menasihati untuk kesabaran

Penggunaan teknologi dapat ditemukan dalam QS. Al-‘Asr :3, yang mengajarkan pentingnya saling menasihati dalam kebenaran dan kesabaran. Ayat ini mendorong kita untuk saling mempengaruhi dalam hal-hal yang baik dan benar, termasuk dalam pemanfaatan teknologi yang bermanfaat.

*Facilitating conditions* merujuk pada dukungan yang ada untuk membantu seseorang menggunakan teknologi dengan baik. Dalam Islam, kita diajarkan untuk menyediakan sarana dan prasarana yang memudahkan orang lain dalam menjalankan tugas dan ibadahnya. Dalam Q.S Al-Maidah: 2 menyatakan pentingnya tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ  
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَّبِعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ  
شِقَاقُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا  
تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalaid (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulah Haram sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian (-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi dari Masjidil Haram, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaanNya”.

Penggunaan teknologi dapat ditemukan dalam QS. Al-Maidah:2, yang mengajarkan kita untuk saling tolong-menolong dalam kebajikan dan ketakwaan. Ayat ini mendorong kita untuk menyediakan dukungan dan sarana yang memudahkan orang lain dalam menggunakan teknologi dengan baik dan benar.

Perilaku konsumen dalam Islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak agar hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dan melakukan keputusan (Sari et al., 2020).

Pengambil keputusan dalam Islam menurut Safitri, (2022) sebagai berikut :

a. Al-Qur'an

Dalam Islam proses keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an ini lebih bersifat umum artinya bisa diterapkan segala aktivitas. Selain itu konsep keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil dalam memutuskan suatu perkara sebagaimana dijelaskan dalam surah al-imran ayat 195 :

فَاسْتَجَابَ لَهُمْ رَبُّهُمْ أَنِّي لَا أُضِيعُ عَمَلَ عَامِلٍ مِّنْكُمْ مِّمَّنْ ذَكَرَ أَوْ أُتِيََ بِعَظْمٍ مِّنْ بَعْضِ  
 ٱلَّذِينَ هَاجَرُواْ وَأُخْرِجُواْ مِن دِيَارِهِمْ وَأُودُواْ فِي سَبِيلِيْ وَقُتِلُواْ لَأَكْفِرَنَّ عَنْهُمْ  
 سَيِّئَاتِهِمْ وَلَأُدْخِلَنَّهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِيْ مِن تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ نُوَابِٔا مِّنْ عِنْدِ اللّٰهِ ۗ وَ اللّٰهُ عِنْدَهُ حُسْنُ  
 الثَّوَابِ ١٩٥

Artinya : “ Maka Tuhan mereka memperkenakan permohonannya (dengan berfirman): “Sesungguhnya Aku tidak menyia-nyiakan amal orang-orang yang beramal diantara kamu, baik laki-laki atau perempuan, (karena) Sebagian kamu adalah turunan dari Sebagian yang lain. Maka orang-orang yang berhijrah, yang diusir dari kampung halamannya, yang disakiti pada jalan-Ku, yang berperang dan yang dibunuh, pastilah akan Ku-hapuskan kesalahan-kesalahan mereka dan pastilah Aku masukan mereka ke dalam surga yang mengalir, Sungai-sungai

dibawahnya, sebagai pahala di sisi Allah, dan Allah pada sisi-Nya pahala yang baik  
“

Selain itu, di dalam Al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam penerimaan informasi seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Hujarah ayat 6 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ٦

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Dari ayat diatas telah diketahui bahwa sebagian umat muslim hendaklah berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ayat ini disandarkan pada umat Islam dalam membuat keputusan atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya terdapat tahapan-tahapan dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

#### b. Hadis

Salah satu hadis yang relevan dengan keputusan manusia dalam menggunakan sesuatu adalah hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

"Sesungguhnya setiap amal itu tergantung niatnya, dan setiap orang (akan mendapatkan balasan) berdasarkan apa yang diniatkannya. Barangsiapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya. Barangsiapa yang hijrahnya karena dunia yang ingin diraihnya atau karena wanita yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya kepada apa yang dia niatkan." (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini mengajarkan bahwa setiap keputusan yang kita ambil, termasuk dalam penggunaan teknologi, harus didasarkan pada niat yang baik dan sesuai dengan tujuan yang benar. Keputusan yang diambil dengan niat yang ikhlas karena Allah akan membawa kebaikan dan keberkahan dalam penggunaan sesuatu.



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiono, 2015: 14).

##### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan terhadap nasabah pembiayaan Amaan di kabupaten Purbalingga dengan waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan April 2024.

##### C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2015: 117).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna pembiayaan pada *fintech* Amaan cabang Purbalingga.

**Tabel3.1**  
**Populasi dan Sampel Penelitian**

Lokasi Penelitian	Jumlah Nasabah		Total
	Nasabah Baru	Nasabah Lama	
Purbalingga 1	170	250	420
Purbalingga 2	395	410	805
<b>Total</b>	<b>565</b>	<b>660</b>	<b>1.225</b>

Sumber : Wawancara Karyawan Amaan

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan pertimbangan

tertentu (Sugiono, 2015: 118). Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%.

Berdasarkan jumlah populasi tersebut sebesar 1.225 nasabah. Peneliti memiliki kriteria yang sesuai dengan segmentasi pasar yang digunakan peneliti. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Pengguna *platform* digital Amaan
- b) Sebagai nasabah pembiayaan Amaan
- c) Berpengalaman/sebagai nasabah lama pembiayaan Amaan
- d) Berdomisili di Kabupaten Purbalingga

Dengan Menggunakan rumus Slovin, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{660}{1 + 660(0,05)^2}$$

$$n = 249,05$$

Jadi, dapat diketahui berdasarkan dari perhitungan diatas maka diperoleh sampel dalam penelitian adalah 249,05 dibulatkan menjadi 250 responden yang akan dijadikan sebagai ukuran sampel dalam penelitian.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang bersifat independen atau variabel bebas yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Sugiono, 2015 : 61).

Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3) dan *facilitating conditions* (X4). Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2015 : 61). Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah keputusan pengguna pembiayaan (Y). Variabel moderasi adalah variabel yang

mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *prior experience* (M).

**Tabel 3.2**  
**Indikator Penelitian**

No.	Variabel	Indikator
1.	<i>Performance Expectancy</i> (X1)	a. <i>Perceived Usefulness</i> (kegunaan yang dirasakan) b. <i>Extrinsic Motivation</i> (motivasi ekstrinsik) c. <i>Job-Fit</i> (Kesesuaian Pekerjaan) d. <i>Relative Advantage</i> (Keuntungan Relatif) e. <i>Outcome Expectations</i> (Ekspektasi hasil) Sumber : (Venkatesh et al., 2003)
2.	<i>Effort Expectancy</i> (X2)	a. <i>Perceives Ease of Use</i> (Persepsi Kemudahan) b. <i>Complexity</i> (Tingkat Kerumitan) c. <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Penggunaan) Sumber : (Venkatesh et al., 2003)
3.	<i>Social Influence</i> (X3)	a. <i>Subhjective Norm</i> (Norma Subyektif) b. <i>Social Factors</i> (Faktor Sosial) c. <i>Image</i> (Kesan) Sumber : (Venkatesh et al., 2003)
4.	<i>Facilitating Conditions</i> (X4)	a. <i>Perceived Behavioral Control</i> (Kontrol Perilaku yang Dirasakan) b. <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi yang Memfasilitasi) c. <i>Compability</i> (Kesesuaian) Sumber : (Venkatesh et al., 2003)
5.	<i>Prior Experience</i> (M)	a. <i>Sense</i> (Pengalaman Seputar Tampilan, Fasilitas dan Produk) b. <i>Feel</i> (Pengalaman Seputar Kualitas Pelayanan) c. <i>Think</i> (Pengalaman Pengguna Untuk Mengingatnkan Nama, Tema, Produk) d. <i>Act</i> (Pengalaman Pengguna Untuk Ikut Serta)

		e. <i>Relate</i> (Pengalaman Pengguna Menerima/Memberi Rekomendasi Kepada Orang Lain) Sumber : (Damayanti et al., 2020)
6.	Keputusan Penggunaan (Y)	a. Kemantapan pada produk b. Kebiasaan dalam membeli produk c. Merekomendasikan kepada orang lain d. Melakukan pembelian ulang Sumber : (Anim & Indiani, 2020)

Sumber : Data Sekunder yang di olah

### E. Sumber Data Penelitian

Data dapat didapatkan dari data primer ataupun data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti, dan data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti (Sugiono, 2015 : 308-309). Dalam penelitian ini, data primer berasal dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dibagikan secara *online* melalui *Googleform* kepada nasabah lama pembiayaan *fintech* syariah Amaan di kabupaten Purbalingga. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka, artikel, jurnal ataupun internet guna memenuhi tujuan penelitian dan melengkapi data terkait pengaruh model UTAUT terhadap keputusan penggunaan pembiayaan Amaan di Purbalingga.

### F. Pengumpulan Data Penelitian

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik (Sugiono, 2015 : 371). Untuk mendapatkan informasi tentang nasabah pembiayaan Amaan di Purbalingga, peneliti melakukan wawancara guna memperoleh data nasabah pembiayaan pada Amaan dan data yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan pembiayaan pada Amaan.

#### 2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada

responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2015 : 199). Skala pengukurannya yang digunakan adalah *skala likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Indikator dalam variabel dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiono, 2015 : 134-135) yang dapat berupa kata-kata antara lain :

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

<b>Penilaian</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu/Netral (R/N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Data Sekunder yang diolah*

Instrumen penelitian yang menggunakan *Skala Likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

### 3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Dari segi instrumentasi yang digunakan peneliti adalah observasi terstruktur, karena observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan, dan dimana tempatnya (Sugiono, 2015 : 203-205).

## G. Analisis Data Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan alat analisis *SmartPLS* (v.03).

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data

yang telah terkumpul dengan tujuan untuk mengetahui nilai data-data variabel penelitian meliputi nilai *minimum*, *maksimum*, *mean* dan *standard deviasi* pada masing-masing variabel (Ammy, 2023). Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari empat variabel independen terhadap satu variabel dependen.

*Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator (Amalia Edy et al., 2023). *Moderated Regressioin Alaysis* (MRA) mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Anjarsari et al., 2023)

Pengujian yang dilakukan akan melalui tahapan berikut yaitu :

#### 1. *Outer model* (pengujian indikator)

Model pengukuran bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas alat pengumpulan data dengan menggunakan data utama secara keseluruhan. Model pengukuran pada prinsipnya menguji indikator terhadap variabel laten atau mengukur seberapa jauh indikator (item) dapat menjelaskan variabel latennya yang terdiri dari :

##### a. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan adalah langkah untuk mengetahui apakah variabel atau indikator penelitian mempunyai nilai yang unik dan apakah hanya berhubungan dengan variabel atau indikator itu sendiri, dan tidak lebih dari variabel atau indikator yang direpresentasikan. Dalam penelitian ini metode dalam pengujian validitas diskriminan yang digunakan yaitu *HTMT*. *HTMT* (*Heterotrait-monotrait ratio*) adalah rata-rata dari semua korelasi indikator lintas konstruk yang mengukur konstruk berbeda (Firmansyah, 2023).

##### b. Uji Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)

Pengujian reliabilitas komposit atau istilah nya adalah *Internal Consistency*, berfungsi guna mengukur konsistensi internal. Untuk

penelitian uji teori nilainya diharuskan lebih dari 0,7 sedangkan eksplorasi diharuskan lebih dari 0,6. Selain itu juga digunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang nilainya diharuskan lebih dari 0,70 bagi penelitian uji teori dan lebih dari 0,6 bagi penelitian eksplorasi (Firmansyah, 2023).

## 2. Inner Model (Model Struktural)

Model struktural berfungsi guna menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. *Inner model* dapat dilihat melalui *R-Square*, *Goodness of FIT*, dan *F Square*. Variabel terikat dikatakan kuat apabila nilai *R-Square* 0,75, moderate apabila nilai *R-Square* 0,50 dan dikatakan lemah apabila nilai *R-Square* 0,25. Nilai *Goodness of FIT* dapat dilihat dari  $SRMR < 0,10$  maka dinyatakan model Fit (Rosita, 2023). Nilai *F-Square* 0,02 dinyatakan kecil/rendah, nilai *F-Square* 0,14 dinyatakan menengah/sedang dan nilai *F-Square* 0,35 dinyatakan besar/kuat.

## 3. Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian dapat mendeskripsikan atau menggambarkan data sampel berdasarkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan simpangan baku (*standard deviation*) (Sani, 2016).

## 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen (Tannia, 2020). Persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan penggunaan

a = nilai konstanta

b = koefisiensi regresi

X1 = *Performance Expectancy*

X2 = *Effort Expectancy*

$X_3 = \text{Social Influence}$

$X_4 = \text{Facilitating Conditions}$

$e = \text{residual atau predictor error}$

## 5. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dapat melihat *Path Coefficient* nilai P Value  $< 0,05$  dinyatakan berpengaruh secara signifikan/hipotesis diterima, sebaliknya jika P Value  $> 0,05$  dinyatakan tidak berpengaruh signifikan/hipotesis ditolak (Rosita, 2023).

## 6. Uji MRA (Moderasi)

Uji interaksi MRA dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel moderasi (Z) dan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis diterima apabila nilai koefisien interaksi antara variabel moderasi dan variabel independen harus memenuhi signifikansi  $< 0.05$  (Indraswari et al., 2022). Persamaan variabel moderasi:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_1.M + \beta_6 x_2.M + \beta_7 x_3.M + \beta_8 x_4.M + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan penggunaan

a = nilai konstanta

b = koefisiensi regresi

$X_1 = \text{Performance Expectancy}$

$X_2 = \text{Effort Expectancy}$

$X_3 = \text{Social Influence}$

$X_4 = \text{Facilitating Conditions}$

M = *Prior Experience*

$e = \text{residual atau predictor error}$

## BAB IV PEMBAHASAN

### A. Gambaran Objek Penelitian

#### 1. Gambaran Umum PT. Amaan Indonesia Sejahtera (Amaan)

PT. Amaan Indonesia Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi keuangan yang didirikan oleh pada tahun 2019 oleh beberapa orang yang sudah ahli dalam bidang manajemen, perbankan dan teknologi yang melayani berbagai macam industri. Berfokus dengan tujuan mengembangkan ekonomi dengan memberdayakan perempuan pengusaha mikro yang menjadi tulang punggung untuk lebih dari 90 juta penduduk Indonesia. Dengan menggunakan teknologi sebagai jembatan untuk mencapai tujuan tersebut, PT. Amaan Indonesia Sejahtera melakukan berbagai inovasi yang berhubungan dengan sistem keuangan secara digital.

Di awal berdirinya perusahaan, Amaan bermitra dengan Bank Jago Syariah sebagai penyedia layanan pembiayaan guna mendukung tujuan dari berdirinya perusahaan ini. Perusahaan ini sudah terdaftar resmi sebagai badan yang legal beroperasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan nomor SK S227/MS.72/2020, tersertifikasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi Indonesia, tersertifikasi sebagai Penyedia Sistem Manajemen Keamanan Informasi untuk Pembiayaan Berbasis Agen di Teknologi Informasi dan terdaftar sebagai anggota *Asosiasi FinTech Indonesia (AFTECH)*.

PT. Amaan Indonesia Sejahtera (Amaan) merupakan perusahaan *start-up* di sektor ekonomi kreatif yang memberikan layanan produk keuangan dan pendukung usaha berbasis digital dengan menyediakan *platform* berbasis digital untuk perempuan pengusaha agar bisa menikmati berbagai layanan keuangan dan *non-keuangan*.

Tujuan utama dari pengguna Amaan adalah pengusaha perempuan yang bergerak di bidang UMKM sehingga dapat mengembangkan bisnisnya dan menjadi mandiri. Dalam memperkenalkan produknya Amaan

mengemas solusi tersebut dalam bentuk aplikasi yang dapat diunduh *Play Store*. Dengan memegang sertifikasi ISO 27001:2013 yang merupakan standarisasi manajemen keamanan informasi, Amaan memastikan semua proses informasi dalam pengolahan dan pengaturannya memenuhi kriteria standar Internasional guna menjamin informasi pelanggan dengan baik.

Produk-produk pada *platform* digital syariah Amaan yang dapat menjadi solusi terintegritas yang dapat diakses oleh perempuan pengusaha mikro antara lain :

a. Finansial

Adapun yang termasuk finansial yang ada di Amaan yaitu sebagai berikut :

- 1) Pembiayaan
- 2) Tabungan/deposito
- 3) Asuransi
- 4) *E-Payment*/transfer

Akses ke pembiayaan tanpa jaminan untuk modal usaha dan rekening tabungan untuk meningkatkan pendapatan keluarga, dari lembaga keuangan mitra Amaan

b. Peluang Usaha

Adapun yang termasuk pada peluang usaha di Amaan antara lain :

- 1) Agen logistik, pulsa, dsb
- 2) Mitra Ojol
- 3) Pertamina
- 4) Bisnis daring

c. Belanja

Adapun belanja yang ada di Amaan adalah sebagai berikut :

- 1) Alat pendukung usaha
- 2) Barang untuk dipakai atau dijual kembali
- 3) Barang mewah
- 4) Paket perjalanan (umroh, wisata lokal)
- 5) Renovasi rumah

c. Belajar dan konsultasi gratis

1) Secara relevan, praktis, singkat dan ilustratif tentang :

- a) Wirausaha
- b) Mengelola keuangan
- c) Bisnis daring
- d) Agama
- e) Kesehatan
- f) Anak dan keluarga

Solusi bisnis yang dijalankan oleh Amaan :

1. Penyaluran pembiayaan berbasis syariah milik mitra bisnis Amaan yaitu Bank Jago Syariah.
2. Melakukan edukasi dengan pengetahuan untuk berbisnis dan mengembangkan usaha kepada para anggota sahabat Aman yaitu para pengusaha perempuan mikro di Indonesia.
3. Memberikan peluang kepada para anggota Amaan untuk berwirausaha melalui fitur belanja dengan harga yang ekonomis dan kompetitif.

**2. Gambaran Umum Pembiayaan PT. Amaan Indonesia Sejahtera (Amaan)**

Amaan adalah solusi berbasis digital yang dirancang secara unik untuk memberdayakan jutaan perempuan pengusaha mikro dan keluarganya agar mampu mengembangkan usaha. Prioritas saat ini ada di kecamatan-kecamatan yang paling membutuhkan akses kepada inklusi finansial. Melalui *platform* Amaan, perempuan pengusaha mikro bisa kerja dan ibadah selaras. Produk-produk pada *platform* digital syariah Amaan yang dapat menjadi solusi terintegrasi yang dapat diakses oleh perempuan pengusaha mikro antara lain Finansial. Secara sederhana finansial adalah hal-hal yang berhubungan dengan keuangan. Dalam ilmu ekonomi dan akutansi dikenal istilah manajemen finansial atau tata cara pengelolaan keuangan. Manajemen finansial ini yang digunakan sebagai landasan untuk mengatur keuangan tidak hanya keuangan perusahaan saja tapi semua hal yang berhubungan dengan uang termasuk keuangan digital seperti Amaan.

Pembiayaan adalah salah satu finansial yang ada di Amaan. Produk pembiayaan yang ada pada PT Amaan Indonesia Sejahtera adalah pembiayaan modal usaha dengan menggunakan akad *murabahah*. Pembiayaan modal usaha merupakan pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan modal suatu perusahaan dalam hal pembiayaan aktiva lancar perusahaan, seperti dalam membeli bahan baku, barang dagangan, bahan pembantu, biaya eksploitasi barang modal, piutang, dan lain-lain.

Layanan pembiayaan melalui *financing agent* syariah ini memberikan penawaran dan menggunakan mekanisme yang berbasis syariah. Jadi aplikasi ini memberikan layanan *fintech* pada bidang jasa keuangan dengan berpedoman pada prinsip syariah yang mengaitkan antara pemberi dan penerima pembiayaan melalui penetapan akad syariah dengan berbasis sistem elektronik yang tersambung kepada *interconnected network* (internet). *Fintech financing agent* syariah menghadirkan sistem dengan konsep penyelenggaraan transaksi pembiayaan berbasis digital dengan menjauhi praktek yang menentang syariat Islam. Amaan sebagai *financing agent* dari *fintech* syariah memberlakukan praktik pemberian pinjaman uang kepada perempuan pengusaha mikro kecil dengan didasari dengan nilai-nilai atau prinsip-prinsip syariah.

Mekanisme pembiayaan/pinjaman dari PT. Amaan Sejahtera Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Pengajuan dengan cara menghubungi petugas Amaan area domisili calon nasabah yang terdapat di Kecamatan.
- b. Petugas akan mengarahkan ketua kelompok Amaan terkait calon nasabah
- c. Melengkapi persyaratan : KTP, KK, jaminan jika pinjaman lebih dari 10 juta, memiliki HP android untuk aplikasi, membuka rekening di PT. Amaan Sejahtera Indonesia.
- d. *Checking* data nasabah : usaha (UMKM), omset usaha nasabah, rumah /tempat tinggal nasabah, hubungan nasabah dengan tetangga, ijin suami, dan lolos BI *checking*.

- e. Calon nasabah dimasukkan ke salah satu kelompok yang ada sesuai domisili. Apabila jumlah kelompok sudah maksimal, maka harus membentuk kelompok baru dengan jumlah minimal 3 (tiga) anggota.
- f. Akad dan pencairan pembiayaan :
  - a) Anggota akan dibacakan dan dijelaskan akad pembiayaan dalam bentuk dokumen digital di aplikasi Amaan.
  - b) Persetujuan akad oleh anggota dilakukan secara digital, menggunakan OTP (*one time password*) yang dikirim via SMS ke nomor HP anggota Amaan. Pastikan nomor HP yang terdaftar di aplikasi sudah sesuai.
  - c) Dana pencairan pembiayaan akan disetorkan langsung ke rekening anggota Amaan.
  - g. Pembayaran angsuran dilakukan setiap dua minggu sekali dengan jumlah pokok angsuran ditambah suku bunga 0.1 %.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai sumber data primer dengan jumlah 250 responden. Responden penelitian merupakan nasabah lama pembiayaan Amaan yang berdomisili di Kabupaten Purbalingga. Adapun karakteristik yang peneliti dapatkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 250 responden yang telah mengisi kuesioner, meliputi : usia, pendidikan terakhir, jenis usaha, lama usaha dan lama menggunakan pembiayaan Amaan.

### 1. Karakteristik berdasarkan usia

*Tabel 4.1*  
*Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*

Usia	Presentasi	Jumlah
17 – 25 tahun	10,4%	26
26 – 35 tahun	13,2%	33
36 – 50 tahun	44,4%	111
>50 tahun	32%	80
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>250</b>

*Sumber : Data primer yang diolah*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat di amati bahwa mayoritas dari nasabah alam pembiayaan Amaan di Kabupaten Purbalingga berada dalam rentang usia 36-50 tahun, dengan jumlah mencapai 111 nasabah. Meskipun kelompok usia ini umumnya dianggap kurang akrab dengan teknologi baru, namun responden yang menggunakan *fintech* menunjukkan kemampuan yang baik dalam beradaptasi dengan teknologi baru. Mereka cenderung lebih termotivasi untuk mempelajari dan menggunakan *fintech* karena manfaat yang dirasakan.

Akses layanan finansial melalui *fintech* Amaan memberikan kemudahan bagi nasabah tanpa harus mengunjungi kantor fisik. Selain itu, bagi responden dengan usia yang lebih tua, kehadiran petugas Amaan yang melakukan kunjungan *door to door* juga memberikan kenyamanan dan bantuan langsung dalam menggunakan layanan *fintech*, membantu mereka untuk mengatasi kendala atau kebingungan dalam menggunakan teknologi baru tersebut.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Presentasi</b>	<b>Jumlah</b>
SD/MI	40%	100
SMP/MTS	40,4%	101
SMA/SMK	19,6%	49
Diploma	-	-
Sarjana	-	-
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>250</b>

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa Pendidikan Terakhir responden rata-rata SD/Mi dan SMP/MTS dengan nilai presentase yang relatif sama. Responden dengan memiliki pendidikan rendah dapat memengaruhi pemahaman teknologi dan kepercayaan diri dalam menggunakan layanan *fintech*. Tingkat literasi teknologi yang rendah dapat menjadi penghalang signifikan bagi responden dalam mengambil keputusan yang tepat terkait pembiayaan melalui *fintech*. Oleh karena itu, untuk

meningkatkan inklusi keuangan melalui *fintech*, diperlukan upaya edukasi dan pelatihan teknologi yang lebih intensif bagi kelompok dengan tingkat pendidikan yang rendah.

Amaan menyediakan pelayanan atau bantuan langsung di daerah-daerah tertentu untuk memberikan bimbingan langsung dalam penggunaan aplikasi mereka. Dengan begitu responden dengan tingkat pendidikan yang rendah cenderung menggunakan layanan pembiayaan *fintech* Amaan sebagai alternatif yang lebih mudah diakses, baik secara *online* maupun *offline*. Hal ini menunjukkan bahwa *fintech* Amaan dapat menjadi solusi bagi individu dengan akses terbatas terhadap layanan keuangan formal, seperti mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

**Tabel 4.3**  
*Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha*

Jenis Usaha	Presentase	Jumlah
Warung/Kios Usaha	20%	50
Usaha Skala Rumahan	19,6%	49
Pedagang Kaki Lima	23,2%	58
Toko Kelontong	37,2%	93
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>250</b>

*Sumber : Data primer yang diolah*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas terlihat bahwa mayoritas responden memiliki jenis usaha toko kelontong. Pemilik toko kelontong sering kali memerlukan pembiayaan untuk modal usaha, seperti pembelian stok barang dagangan. Mereka sering menghadapi kesulitan dalam memberikan jaminan yang memadai atau tidak memiliki riwayat kredit yang cukup untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, layanan pembiayaan yang ditawarkan oleh Amaan dapat menjadi solusi yang efektif bagi pemilik toko kelontong untuk mendapatkan akses ke modal usaha yang dibutuhkan secara mudah dan efektif.

#### 4. Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha

**Tabel 4.4**  
*Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha*

Lama Usaha	Presentase	Jumlah
< 2 tahun	20,4%	51
2 – 5 tahun	45,6%	114
6 – 10 tahun	28,8%	72
>10 tahun	5,2%	13
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>250</b>

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4 di atas bahwa lama usaha nasabah yang di jalankan terdominasi dengan 2 – 5 tahun usaha berjalan. Responden yang telah menjalankan usaha mereka selama beberapa tahun, masih menghadapi kendala dalam mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan konvensional maupun lembaga lainnya. Mereka akan mencari pembiayaan untuk mengembangkan atau memperluas usaha mereka dan memenuhi kebutuhan modal atau memperbaiki infastruktur bisnis mereka

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Pembiayaan Amaan

**Tabel 4.5**  
*Karakteristik Responden Lama Menggunakan Pembiayaan Amaan*

Lama Usaha	Presentase	Jumlah
<1 tahun	21,6%	54
1 tahun	56,8%	142
1 – 2 tahun	20,4%	51
>2 tahun	1,2%	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>250</b>

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.5 di atas bahwa responden telah menggunakan pembiayaan Amaan di dominasi dengan 1 tahun dalam menggunakan dengan jumlah 142 nasabah. Para responden ini menunjukkan pengalaman awal yang positif dengan layanan tersebut. Mereka merasa puas dengan proses pengajuan yang cepat dan kemudahan penggunaan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa layanan yang disediakan Amaan telah memenuhi

harapan dan kebutuhan nasabah dalam hal kemudahan dan kenyamanan pengguna.

### C. Hasil Penelitian

Teknik pengolahan data menggunakan teknik analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan statistik dengan model *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan alat analisis *SmartPLS* (v3.0). Berikut adalah tahapan-tahapannya:

#### 1. Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Model Pengukuran (*Outer Model*) digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas alat pengumpulan data dengan menggunakan data utama secara keseluruhan. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis *Validitas Diskriminan*. Sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan analisis *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Hair et al., 2011).

##### a. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas Diskriminan yang baik dapat dilihat dari suatu desain penelitian hasil analisis dari HTMT ( $<0,90$ ).

**Tabel 4.6**  
**Hasil HTMT**

	X2	X4	X1.M	X2.M	X3.M	X4.M	Y	X1	M	X3	Ket.
X2											Valid
X4	0,633										Valid
X1.M	0,254	0,328									Valid
X2.M	0,327	0,446	0,598								Valid
X3.M	0,422	0,544	0,599	0,664							Valid
X4.M	0,393	0,461	0,692	0,732	0,795						Valid
Y	0,553	0,693	0,317	0,381	0,443	0,362					Valid
X1	0,528	0,579	0,329	0,271	0,300	0,314	0,554				Valid
M	0,434	0,470	0,323	0,338	0,368	0,357	0,545	0,380			Valid
X3	0,439	0,641	0,282	0,431	0,377	0,487	0,554	0,460	0,495		Valid

Sumber : Hasil Output *SmartPLS*(v 3.0)

Suatu indikator atau data dianggap berhasil dan dinyatakan lolos dalam uji validitas diskriminan jika nilai pengukuran harus lebih kecil dari 0,85 atau kurang dari 0,90 masih dianggap cukup. Berdasarkan

tabel 4.6 diatas nilai HTMT dari setiap variabel berada dibawah 0,85, yang mengindikasikan bahwa asumsi hasil uji validitas diskriminan sudah terpenuhi dan valid serta berhasil melewati uji.

**b. Uji Reliabilitas Komposit (*Composite Reliability*)**

*Composite reliability* atau kerap disebut dengan *internal consistency reliability*, yaitu perkiraan reliabilitas berdasarkan interkorelasi suatu variabel indikator-indikator yang diamati atau dipelajari. Kriteria yang paling terkenal dipakai untuk mengukur *internal consistency* adalah *Cronbach's Alpha*, alternatif lain yang bisa dipakai adalah *Composite Reliability*. Nilai reliabilitas komposit spesifik yang dapat diterima untuk penelitian eksplorasi adalah antara 0,60 sampai 0,70 (Hair et al., 2011). Suatu konstruk dapat dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika 0,70. Berikut adalah tabel nilai *composite reliability* pada penelitian ini :

**Tabel 4.7**  
**Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	<b>Keterangan</b>
<b>X1</b>	0,949	0,958	0,764	Reliabel
<b>X2</b>	0,946	0,959	0,823	Reliabel
<b>X3</b>	0,958	0,968	0,858	Reliabel
<b>X4</b>	0,900	0,931	0,770	Reliabel
<b>M</b>	0,929	0,946	0,780	Reliabel
<b>X1.M</b>	1,000	1,000	1,000	Reliabel
<b>X2.M</b>	1,000	1,000	1,000	Reliabel
<b>X3.M</b>	1,000	1,000	1,000	Reliabel
<b>X4.M</b>	1,000	1,000	1,000	Reliabel
<b>Y</b>	0,963	0,970	0,843	Reliabel

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, seluruh nilai *cronbach's alpha* berada di atas 0,70 dan seluruh nilai *composite reliability* berada di atas 0,70. Sehingga seluruh variabel dalam model penelitian ini mempunyai

*internal consistency reliability*. Dari berbagai data sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mempunyai *discriminant validity* yang baik, dan *internal consistency reliability* yang baik. Dengan hasil pengujian model pengukuran dimana *diskriminan validity* dan *reliability* terpenuhi maka penelitian ini dapat meneruskan ke langkah berikutnya yaitu pengujian model struktural (*Inner Model*).

## 2. Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah melakukan uji *outer model*, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan uji *inner model*. Pengujian *inner model* dapat dilakukan dengan menggunakan tiga analisis yaitu pengukuran nilai *R-Square*, *Goodness of FIT* dan *F Square*.

### a. Uji *R-Square*

Uji *R-Square* mengindikasikan besarnya kombinasi variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi nilai variabel dependen. Dari nilai  $R^2$  sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 yang dapat disimpulkan model kuat, sedang dan lemah (Ghozali et al., 2015). Berikut nilai koefisien determinasi pada penelitian ini .

**Tabel 4.8**  
**Nilai *R-Square***

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>	Ket
<b>Keputusan Penggunaan</b>	0,556	0,539	Sedang

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, *R-Square* menunjukkan bahwa variabel keputusan pengguna memiliki nilai sebesar 0,539. Artinya kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan Y adalah sebesar 53,9% (sedang), sehingga dikatakan bahwa kemampuan variabel keputusan pengguna dapat dipengaruhi oleh variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi dan pengalaman sebelumnya cukup kuat. Sedangkan 46,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

**b. Goodness of FIT**

Uji kebaikan ini digunakan sebagai langkah untuk mengevaluasi model struktural. Dapat dilihat dari analisis SRMR < 0,10.

**Tabel 4.9**  
**Model Fit**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
SRMR	0,049	0,049
d_ ULS	1,246	1,258
d_ G	0,697	0,699
Chi-Square	988,077	996,449
NFI	0,889	0,889

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat nilai SRMR adalah 0,049 ( $0,049 < 0,10$ ) artinya model yang digunakan sudah FIT. Namun nilai NFI sebesar  $0,889 < 0,90$ , yang menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang cukup, atau yang disebut sebagai “*marginal fit*”.

**c. Uji F-Square**

Uji ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antar variabel dengan *Effect Size*. *F-Square* juga berguna untuk mengetahui pengaruh nilai suatu variabel independen terhadap variabel dependen tergolong rendah (0,02), sedang (0,15), atau tinggi (0,35).

**Tabel 4.10**  
**Hasil F-Square**

	<b>Y</b>	<b>Ket.</b>
<b>X1</b>	0,044	Rendah
<b>X2</b>	0,018	Rendah
<b>X3</b>	0,024	Rendah
<b>X4</b>	0,072	Rendah
<b>X1.M</b>	0,002	Rendah
<b>X2.M</b>	0,004	Rendah
<b>X3.M</b>	0,019	Rendah
<b>X4.M</b>	0,024	Rendah

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat di analisis interaksi antara variabel independen, variabel moderasi terhadap variabel dependen memberikan efek yang rendah dikarenakan nilai  $> 0,02$  dan  $< 0,15/ < 0,35$ .

### 3. Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 4.11**  
**Hasil Perhitungan Analisis Statistik Deskriptif**

<b>Nama Variabel</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Mean</b>	<b>Standard Deviation</b>
<i>Performance Expectancy</i>	-2,782	0,987	0,000	1,000
<i>Effort Expectancy</i>	-2,710	1,039	0,000	1,000
<i>Social Influence</i>	-1,770	1,015	0,000	1,000
<i>Facilitating Conditions</i>	-2,119	1,033	0,000	1,000
<i>Prior Experience</i>	-3,024	1,054	0,000	1,000
<b>Keputusan Penggunaan</b>	-2,384	1,112	0,000	1,000

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai minimum -2,782 menunjukkan nilai terendah dari *performance expectancy* dalam sampel yang diukur, hal ini berarti ada individu dalam sampel yang memiliki harapan kinerja yang sangat rendah terhadap penggunaan pembiayaan Amaan. Sebaliknya nilai maksimum 0,987 menunjukkan adanya individu di dalam sampel yang memiliki harapan kinerja yang cukup tinggi. Nilai *mean performance-expectancy* sebesar 0,000 menunjukkan bahwa secara rata-rata, harapan kinerja dari penggunaan *fintech* Amaan di antara responden adalah netral dan mengindikasi bahwa secara umum responden tidak terlalu optimis ataupun pesimis tentang harapan kinerja *fintech* Amaan. Standar deviasi sebesar 1,000 menunjukkan bahwa penyebaran data cukup konsisten di sekitar *mean*, dengan sebagian besar nilai *performance expectancy* berada dalam satu unit standar deviasi dari *mean*.
- b. Nilai minimum -2,710 menunjukkan bahwa terdapat nasabah yang merasa bahwa menggunakan layanan ini sangat sulit dan

membutuhkan banyak usaha. Namun dengan nilai maksimum 1,039 yang menunjukkan bahwa terdapat nasabah merasa pembiayaan Amaan relatif mudah atau memerlukan sedikit usaha. Nilai *mean effort expectancy* sebesar 0,000 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, harapan usaha dari nasabah berada pada titik netral. Ini berarti secara rata-rata nasabah tidak merasa bahwa menggunakan pembiayaan Amaan memerlukan upaya yang terlalu tinggi atau terlalu rendah, ekspektasi mereka terhadap kemudahan pembiayaan secara keseluruhan adalah seimbang. Standar deviasi sebesar 1,000 menunjukkan bahwa penyebaran data cukup konsisten di sekitar *mean*.

- c. Nilai minimum -1,770 menunjukkan bahwa adanya nasabah yang merasakan pengaruh sosial yang sangat rendah hal ini berarti nasabah tidak merasa terpengaruhi oleh orang lain dalam keputusan mereka. Nilai maksimum 1,015 menunjukkan bahwa nasabah merasakan adanya pengaruh sosial yang tinggi mereka merasa adanya dorongan dari orang lain dalam keputusan mereka menggunakan pembiayaan Amaan. Nilai *mean social influence* sebesar 0,000 secara keseluruhan, pengaruh sosial terhadap keputusan berada pada titik netral, artinya secara rata-rata nasabah tidak merasa terlalu terpengaruh atau tidak terpengaruh faktor sosial. Standar deviasi sebesar 1,000 mengindikasikan bahwa data tersebar secara relatif konsisten.
- d. Nilai minimum -2,119 menunjukkan bahwa nasabah merasakan kondisi yang sangat tidak mendukung, nasabah merasa bahwa sumber daya atau infrastruktur yang diperlukan untuk menggunakan layanan ini sangat tidak memadai atau sulit diakses. Nilai maksimum sebesar 1,033 menunjukkan adanya nasabah yang merasa bahwa mereka memiliki akses yang baik ke sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan untuk menggunakan pembiayaan Amaan. Nilai *mean* 0,000 menunjukkan bahwa secara keseluruhan nasabah

memiliki persepsi netral, artinya secara rata-rata nasabah tidak merasa bahwa kondisi yang ada sangat mendukung atau sangat menghalangi penggunaan pembiayaan Amaan. Standar deviasi sebesar 1,000 mengindikasikan bahwa data tersebar secara relatif konsisten.

- e. Nilai minimum -3,024 menunjukkan bahwa terdapat nasabah yang memiliki pengalaman sebelumnya sangat negatif dengan layanan serupa atau dengan Amaan itu sendiri. Pengalaman buruk yang signifikan bias mempengaruhi persepsi mereka terhadap Amaan. Nilai maksimum 1,054 menunjukkan terdapat nasabah memiliki pengalaman yang sangat baik yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan mereka untuk menggunakan Amaan. Nilai *mean* 0,000 menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengalaman sebelumnya nasabah adalah netral, artinya nasabah secara rata-rata tidak memiliki pengalaman yang sangat negatif atau sangat positif yang mempengaruhi keputusannya. Standar deviasi 1,000 bernilai mengindikasi bahwa data tersebar secara konsisten disekitar nilai rata-rata.
- f. Nilai minimum -2,384 menunjukkan bahwa nasabah dalam sampel memiliki kecenderungan sangat rendah untuk menggunakan pembiayaan Amaan, nasabah yang tidak berminat atau sangat negatif terhadap keputusan untuk menggunakan layanan ini. Nilai maksimum sebesar 1,112 menunjukkan bahwa nasabah memiliki kecenderungan tinggi untuk menggunakan pembiayaan Amaan. Adanya nasabah memiliki niat atau sangat positif terhadap keputusan untuk menggunakan layanan ini. Nilai *mean* 0,000 menunjukkan secara rata-rata tidak ada kecenderungan yang kuat kearah penggunaan atau penolakan layanan Amaan. Nilai standar deviasi 1,000 mengidikasikan bahwa data tersebar secara relatif konsisten di sekitar nilai rata-rata, berarti perbedaan antara nasabah

dalam hal keputusan penggunaan pembiayaan tidak terlalu signifikan.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Value
<i>Performance Expectancy</i>	0,181	3,026	0,003
<i>Effort Expectancy</i>	0,118	2,092	0,037
<i>Social Influence</i>	0,147	2,356	0,019
<i>Facilitating Conditions</i>	0,279	3,940	0,000

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

$$Y = 0,181 + 0,118 + 0,147 + 0,279 + 0,05$$

Dimana :

Y = Keputusan Penggunaan

X1 = *performance expectancy*

X2 = *effort expectancy*

X3 = *social influence*

X4 = *facilitating conditions*

e = *error*

- Koefisien regresi variabel *performance expectancy* sebesar 0,181. Artinya, apabila *performance expectancy* mengalami kenaikan, maka akan menaikkan keputusan penggunaan 0,181 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (konstan).
- Koefisien regresi variabel *effort expectancy* sebesar 0,118. Artinya, apabila *effort expectancy* mengalami kenaikan, maka akan menaikkan keputusan penggunaan 0,118 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (konstan).

- c. Koefisien regresi variabel *social influence* sebesar 0,147. Artinya, apabila *social influence* mengalami kenaikan, maka akan menaikkan keputusan penggunaan 0,147 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (konstan).
- d. Koefisien regresi variabel *facilitating conditions* sebesar 0,279. Artinya, apabila *facilitating conditions* mengalami kenaikan, maka akan menaikkan keputusan penggunaan 0,279 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (konstan).

### 5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan *path coefficients (direct effect)* sebagai alat analisis utama untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil yang signifikan dapat dilihat melalui uji t dari proses *bootstrapping*. Pengujian dilakukan dengan *t-test* ketika diperoleh p-value. Dalam pengujian hipotesis, dasarnya adalah nilai yang ada pada *output path coefficients*.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Path Coefficients**

Ha	Pengaruh Langsung	Koefisien Jalur	t-statistics	P-Value	Bukti Empiris	
					Signifikan	Diterima
H1	<i>Performance Expectancy</i> -> Keputusan penggunaan	0,181	3,026	0,003	Signifikan	Diterima
H2	<i>Effort Expectancy</i> -> Keputusan penggunaan	0,118	2,092	0,037	Signifikan	Diterima
H3	<i>Social Influence</i> -> Keputusan Penggunaan	0,147	2,356	0,019	Signifikan	Diterima
H4	<i>Facilitating Conditions</i> -> Keputusan Penggunaan	0,279	3,940	0,000	Signifikan	Diterima

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai *path coefficients* pada variabel *performance expectancy* yakni 0,181 (positif) dengan nilai *t-statistics* 3,026 > 1,96 dan nilai P-Value 0,003 < 0,05 (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.
- b. Nilai *path coefficients* pada variabel *effort expectancy* yakni 0,118 (positif) dengan nilai *t-statistics* 2,092 > 1,96 dan nilai P-Value 0,037 < 0,05 (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan
- c. Nilai *path coefficients* pada variabel *social influence* yakni 0,147 (positif) dengan nilai *t-statistics* 2.356 > 1,96 dan nilai P-Value 0,019 < 0,05 (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan
- d. Nilai *path coefficients* pada variabel *facilitating conditions* yakni 0,279 (positif) dengan nilai *t-statistics* 3,940 > 1,96 dan nilai P-Value 0,000 < 0,05 (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan

#### 6. Uji Moderasi/ MRA (Moderated Regression Analysis)

*Moderated Regression Analysis* (MRA) bisa juga disebut dengan uji interaksi antara variabel ndependen dengan variabel moderasi. Variabel Moderasi merupakan variabel yang bertujuan untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika P Value > 0,05 maka tidak signifikan artinya variabel moderasinya “tidak berperan/memperlemah” dalam memoderasi hubungan satu variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika P-Value < 0,05 maka signifikan artinya variabel moderasinya “berperan/memperkuat”

dalam memoderasi hubungan suatu varabel independen terhadap suatu variabel dependen.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Path Coefficients**

Ha	Pengaruh Langsung	Koefisien Jalur	t-statistics	P-Value	Bukti Empiris	Sifat Moderasi
	<i>Prior Experience</i> (M) -> Keputusan Penggunaan(Y)	0,194	3,520	0,000		
H5	Interaksi X1*M -> Y	-0,037	0,705	0,481	Tidak Signifikan	Prediktor
H6	Interaksi X2*M -> Y	-0,060	1,003	0,317	Tidak Signifikan	Prediktor
H7	Interaksi X3*M -> Y	-,0153	2,039	0,042	Signifikan	Semu
H8	Interaksi X4*M -> Y	0,181	2,216	0,027	Signifikan	Semu

Sumber : Hasil Output SmartPLS(v 3.0)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Nilai *path coefficients* pada variabel *prior experience* yakni 0,194 (positif) dengan nilai *t-statistics*  $3,520 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,000 < 0,05$  (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *prior experience* secara signifikan memperkuat keputusan penggunaan.
- Nilai *path coefficients* pada interaksi X1\*M yakni -0,038 (negatif) dengan nilai *t-statistics*  $0,705 < 1,96$  dan nilai P-Value  $0,481 > 0,05$  (tidak signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *prior experience* memperlemah hubungan antara *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan. Sifat moderasi termasuk dalam kategori prediktor karena hasil koefisien variabel moderasi (*prior experience*) signifikan sedangkan interaksi X1\*M tidak signifikan. Dengan kata lain *prior experience* hanya sebagai variabel prediktor dan tidak memoderasi *performance expetancy* dengan keputusan penggunaan.

- c. Nilai *path coefficients* pada interaksi X2\*M yakni -0,060 (negatif) dengan nilai *t-statistics*  $1,003 < 1,96$  dan nilai P-Value  $0,317 > 0,05$  (tidak signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *prior experience* memperlemah hubungan antara *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan. Sifat moderasi termasuk dalam kategori prediktor karena hasil koefisien variabel moderasi (*prior experience*) signifikan sedangkan interaksi X2\*M tidak signifikan. Dengan kata lain *prior experience* hanya sebagai variabel prediktor dan tidak memoderasi *effort expectancy* dengan keputusan penggunaan.
- d. Nilai *path coefficients* pada interaksi X3\*M yakni -0,153 (negatif) dengan nilai *t-statistics*  $2,039 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,042 < 0,05$  (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *prior experience* memperkuat hubungan antara *social influence* terhadap keputusan penggunaan. Sifat moderasi termasuk dalam kategori semu karena hasil koefisien variabel moderasi (*prior experience*) signifikan dan interaksi X3\*M signifikan. Dengan kata lain *prior experience* sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara variabel prediktor dan variabel tergantung dimana variabel moderasi semu berinteraksi dengan variabel prediktor sekaligus menjadi variabel prediktor. Dalam hal ini *prior experience* memoderasi *social influence* dengan keputusan penggunaan.
- e. Nilai *path coefficients* pada interaksi X4\*M yakni 0,181 (positif) dengan nilai *t-statistics*  $2,216 > 1,96$  dan nilai P-Value  $0,027 < 0,05$  (signifikan). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *prior experience* memperkuat hubungan antara *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan. Sifat moderasi termasuk dalam kategori semu karena hasil koefisien variabel moderasi (*prior experience*) signifikan dan interaksi X4\*M signifikan. Dengan kata lain *prior experience* sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara variabel prediktor dan variabel tergantung dimana variabel moderasi semu berinteraksi dengan variabel prediktor sekaligus menjadi variabel prediktor. Dalam hal ini *prior*

*experience* memoderasi *facilitating conditions* dengan keputusan penggunaan.

Adapun persamaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_1.M + \beta_6 x_1.M + \beta_7 x_2.M + \beta_8 x_3.M + \beta_9 x_4.M + e$$

$$Y = 0,181 + 0,118 + 0,147 + 0,279 + (-0,038) + (-0,060) + (-0,153) + 0,181 + 0,194 + 0,05$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Koefisiensi regresi *performance expectancy* memiliki nilai 0,181 dengan nilai positif. Artinya pengaruh *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan searah. Jika terjadi peningkatan satu nilai pada *performance expectancy* akan memperkuat kecenderungan pada peningkatan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
- b. Koefisiensi regresi *effort expectancy* memiliki nilai 0,118 dengan nilai positif. Artinya pengaruh *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan searah. Jika terjadi peningkatan satu nilai pada *effort expectancy* akan memperkuat kecenderungan pada peningkatan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
- c. Koefisiensi regresi *social influence* memiliki nilai 0,147 dengan nilai positif. Artinya pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan searah. Jika terjadi peningkatan satu nilai pada *social influence* akan memperkuat kecenderungan pada peningkatan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
- d. Koefisiensi regresi *facilitating conditions* memiliki nilai 0,279 dengan nilai positif. Artinya pengaruh *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan searah. Jika terjadi peningkatan satu nilai pada *facilitating conditions* akan memperkuat kecenderungan pada peningkatan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

- e. Koefisiensi regresi interaksi *prior experience* dengan *performance expectancy* memiliki nilai -0,038. Pengaruh interaksi *performance expectancy* dan *prior experience* terhadap keputusan penggunaan berlawanan arah karena bernilai negatif. Artinya jika terjadi peningkatan satu nilai pada interaksi *performance expectancy* dan *prior experience* akan memperlemah kecenderungan pada penurunan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
- f. Koefisiensi regresi interaksi *prior experience* dengan *effort expectancy* memiliki nilai -0,060. Pengaruh interaksi *effort expectancy* dan *prior experience* terhadap keputusan penggunaan berlawanan arah karena bernilai negatif. Artinya jika terjadi peningkatan satu nilai pada interaksi *effort expectancy* dan *prior experience* akan memperlemah kecenderungan pada penurunan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
- g. Koefisiensi regresi interaksi *prior experience* dengan *social influence* memiliki nilai -0,153. Pengaruh interaksi *social influence* dan *prior experience* terhadap keputusan penggunaan berlawanan arah karena bernilai negatif. Artinya jika terjadi peningkatan satu nilai pada interaksi *social influence* dan *prior experience* akan memperlemah kecenderungan pada penurunan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
- h. Koefisiensi regresi interaksi *prior experience* dengan *facilitating conditions* memiliki nilai 0,181. Pengaruh interaksi *facilitating conditions* dan *prior experience* terhadap keputusan penggunaan searah karena bernilai positif. Artinya jika terjadi peningkatan satu nilai pada interaksi *performance expectancy* dan *prior experience* akan memperkuat kecenderungan pada peningkatan keputusan pengguna pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Model UTAUT adalah bentuk pengembangan yang digunakan sebagai gambaran dari tingkat penerimaan akan suatu perkembangan teknologi yang dapat membantu seorang pengguna teknologi saat menginginkan informasi yang lebih efektif sehingga akan mempengaruhi segala aktivitasnya. UTAUT dikembangkan pada tahun 2003 oleh Venkatesh et al., dengan empat faktor utama yang dapat memudahkan pengguna dalam mengakses suatu program dan memberikan manfaat serta keuntungan bagi penggunanya.

Peneliti dalam melaksanakan penelitian melihat adanya pelaku usaha yang membutuhkan dukungan dalam pengembangannya khususnya dukungan permodalan untuk meningkatkan usaha yang dimilikinya. Lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan dalam bentuk modal kepada pelaku usaha tersebut sektor-sektor riil di masyarakat dapat meningkat sehingga produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat terpenuhi. *Fintech* syariah Amaan memiliki teknologi yang dapat memberi akses solusi yaitu membantu pembiayaan modal usaha.

Dari analisis menggunakan *software SmartPLS (v3.0)* kemudian dilanjutkan dengan pembahasan hasil *ouput inner model* sehingga dapat menghasilkan hasil yang jelas mengenai pengaruh antar variabel yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Performance Expectancy (X1)*, *Effort Expectancy (X2 performance expectancy)*, *Social influence (X3)* dan *Facilitating Conditions (X4)* sebagai variabel independen. Variabel *Prior Experience (M)* sebagai variabel moderasi dan variabel keputusan pengguna (Y) sebagai variabel dependen.

##### 1. *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) adalah pengaruh terhadap keputusan penggunaan yang didasarkan pada *tabel 4.13*. Hasil tersebut menunjukkan *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* Amaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Achiriani & Hasbi,

(2021) bahwa *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada pengguna dompet digital dana di Indonesia. Dan penelitian Anjani & Mukhlis, (2022) yang menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja memberikan pengaruhnya yang bersifat positif dan juga signifikan dalam menentukan minat berperilaku pada pemanfaatan *BRI Mobile Banking*.

Venkatesh et al., (2003) mendefinisikan *Performance Expectancy* merupakan tingkat dimana seorang pengguna percaya atau yakin bahwa memakai teknologi bisa membantunya meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Konsep ini menggambarkan manfaat suatu teknologi bagi pemakainya. Hal ini mengindikasikan dari hasil penelitian bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan nasabah bahwa Amaan dapat membantunya memperoleh keuntungan, maka semakin tinggi pula nasabah untuk mengambil keputusannya menggunakan pembiayaan melalui Amaan.

*Performance Expectancy* dalam penelitian ini memiliki 5 indikator yaitu *perceived usefulness, extrinsic motivation, job-fit, relative advantage* dan *outcome expectations*. Dari indikator diperoleh nilai rata-rata sebesar 81,89% yang telah disebar peneliti dengan menggunakan perhitungan *skala likert*. Dengan hasil tersebut nasabah merasa diuntungkan dan tentu saja menjadi sebuah kajian yang sangat penting untuk dimanfaatkan dalam meningkatkan usahanya melalui pembiayaan pada Amaan. Sebagian responden merasakan peningkatan kinerja usaha yang signifikan setelah mendapatkan pembiayaan baik dari segi kapasitas produksi, kecepatan pelayanan maupun peningkatan pendapatan. Dukungan pembiayaan terhadap karakteristik responden berdasarkan jenis usaha yaitu usaha toko kelontong membantu dalam pembelian barang dalam jumlah lebih besar, yang berarti bisa mendapatkan harga grosir yang lebih murah dan memperluas jenis barang yang dijual, hal ini dapat meningkatkan keuntungan usaha bagi nasabah. Dalam Islam, prinsip saling membantu dan memberikan kemudahan kepada sesama sangat ditekankan. Hal ini sejalan dengan ajaran dalam QS. Al-Maidah:2 dan hadis yang mendorong umat

Islam untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan. Melampirkan kesusahan seorang mukmin akan mendapatkan balasan dari Allah di hari kiamat. Oleh karena itu, memberikan pembiayaan yang memudahkan pengusaha kecil untuk berkembang adalah bentuk nyata dari tolong-menolong dalam kebaikan.

**2. *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) adalah pengaruh terhadap keputusan penggunaan yang didasarkan *tabel 4.13*. Hasil tersebut menunjukkan *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* Amaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Anjani & Mukhlis, (2022) bahwa variabel *effort expectancy* atau ekspektasi usaha mempengaruhi minat perilaku pemanfaatan *BRI Mobile Banking* secara signifikan dan positif. Pamungkas & Sudiarno, (2022) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Venkatesh et al., (2003) mendefinisikan ekspektasi usaha merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan seorang pengguna dalam memakai suatu teknologi. Konsep ini menggambarkan seberapa mudah nasabah merasakan proses penggunaan *fintech* Amaan. Semakin sederhana dan mudahnya proses pembiayaan yang diajukan, semakin tinggi kemungkinan nasabah akan merasa nyaman dan mampu memanfaatkan pembiayaan dengan lebih efisien. Dengan kata lain semakin rendah rintangan atau usaha yang dibutuhkan untuk menggunakan pembiayaan Amaan, maka semakin tinggi ekspektasi usaha nasabah dalam penggunaannya.

*Effort Expectancy* memiliki 3 indikator yaitu *perceives ease of use*, *complexity* dan *ease of use*. Dari indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 78,85% yang telah disebar peneliti dengan menggunakan perhitungan *skala likert*. Dilihat dari karakteristik responden berdasarkan

usia didominasi dengan usia 36-50 tahun, nasabah yang mempunyai usia tersebut sangat terbantu dalam proses pengajuan pembiayaan pada Amaan, kejelasan langkah-langkah yang harus diikuti serta kemudahan mengunggah dokumen-dokumen yang diperlukan cenderung memberikan respon yang positif. Amaan juga berhasil menciptakan sebuah sistem yang inklusif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, termasuk nasabah yang memiliki pendidikan rendah. Prinsip Islam yang mendorong kemudahan dan inklusivitas dalam membantu sesama, seperti dalam QS. Al-Baqarah:286 yang menyatakan bahwa Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Selain itu, sesuai dengan hadis Rasulullah SAW yang menyebutkan bahwa mempermudah urusan orang lain akan mendapatkan kemudahan dari Allah di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, memberikan pembiayaan yang memudahkan nasabah dari berbagai kalangan adalah bentuk nyata dari penerapan prinsip-prinsip tersebut.

### **3. *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) adalah pengaruh terhadap keputusan penggunaan yang didasarkan *tabel 4.13*. Hasil tersebut menunjukkan *social influence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* Amaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Khairani & Giri, (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dengan adanya *social influence* atau pengaruh dari lingkungan sekitar seperti sahabat, keluarga, pihak bank dan sebagainya maka akan mempengaruhi niat responden dalam mengadopsi layanan *internet banking*. Dan dalam penelitiannya Wilfan & Martini, (2021) dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh *social influence* terhadap *behavior intention* penggunaan *LinkAja*.

Venkatesh et al., (2003) mendefinisikan pengaruh sosial merupakan tingkat keyakinan seorang pengguna untuk memakai sebuah teknologi baru dikarenakan percaya kepada orang terdekat atau lingkungan sosialnya.

Semakin banyak orang yang menggunakan teknologi maka dorongan seseorang untuk ikut menggunakan sistem teknologi baru tersebut semakin besar. Pelaku usaha yang menggunakan pembiayaan melalui Amaan dapat dikarenakan pengaruh lingkungan sekitar ataupun keinginan nasabah sendiri dalam memenuhi kebutuhan modal usahanya.

Dalam penelitian ini *social influence* memiliki 3 indikator yaitu *subhjective norm*, *social factors* dan *image*. Dari indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 80,98% yang telah disebar peneliti dengan menggunakan perhitungan *skala likert*. Hasil tersebut terdapat pengaruh dari lingkungan sosial atau komunitas usaha, dimana nasabah merasa lebih percaya diri atau termotivasi untuk menggunakan pembiayaan Amaan. Berdasarkan wawancara terbuka yang dilakukan bahwa nasabah dalam menggunakan pembiayaan Amaan sangat kuat terpengaruh atau terrekendasikan oleh rekan komunitas bisnisnya. Teman atau komunitas bisnis tersebut yang memberikan rasa aman dan percaya diri untuk mengajukan pembiayaan melalui Amaan. Prinsip Islam yang mendorong saling menasihati dalam kebenaran dan kesabaran, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-‘Asr:3. Selain itu, hadis Rasulullah SAW menggambarkan pentingnya persaudaraan dan saling mendukung di antara orang-orang beriman, yang diibaratkan seperti satu tubuh yang saling merasakan penderitaan satu sama lain. Oleh karena itu, saling merekomendasikan dan memberikan rasa aman dalam komunitas bisnis adalah bentuk nyata dari penerapan prinsip-prinsip tersebut, yang mendorong kebaikan dan kepercayaan di antara sesama.

**4. *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) adalah pengaruh terhadap keputusan penggunaan yang didasarkan *tabel 4.13*. Yang menunjukkan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan pada *fintech* Amaan. Sejalan dengan penelitian Pamungkas & Sudiarno, (2022) pengguna aplikasi BRImo bergantung pada

tersedianya *smartphone* dan koneksi internet untuk dapat mengakses BRImo dan fasilitas yang tersedia mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo. Bharata & Widyaningrum, (2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa kondisi memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap minat pemanfaatan *mobile banking* untuk nasabah BCA.

Kondisi memfasilitasi adalah tingkat kepercayaan antara seorang pengguna dengan sumberdaya dan infrastruktur yang tersedia untuk menggunakan suatu teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003). Nasabah yang memanfaatkan *smartphone* dan sumber dayanya yang mendukung untuk menggunakan pembiayaan melalui *fintech* Amaan. Fasilitas yang diberikan Amaan terhadap nasabah juga dapat mempengaruhi keputusannya untuk menggunakan produk pembiayaan Amaan.

Hasil penelitian dengan 3 indikator yaitu *perceived behavioral control, facilitating conditions* dan *compabilityty*. Dari indikator tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 81,96% yang telah disebar peneliti dengan menggunakan perhitungan *skala likert* dan mengungkapkan bahwa nasabah dalam menggunakan Amaan mempertimbangkan fasilitas yang ada. Berdasarkan wawancara terbuka terhadap nasabah yang menyatakan bahwa fasilitas yang diberikan Amaan sudah sesuai dengan kebutuhannya sebagai pemilik usaha kecil. Mereka mengapresiasi layanan yang responsif dan ramah dalam membantu nasabah pada proses pengajuan pembiayaan. Proses pengajuan pembiayaan yang sangat cepat dan mudah, dengan nasabah hanya perlu mengisi formulir aplikasi secara *online* dan mengunggah dokumen yang diperlukan tanpa harus melalui proses yang rumit. Nasabah merasa bahwa persyaratan yang mudah dipenuhi membuat proses menjadi lebih lancar dan efisien.

Islam, mempermudah urusan orang lain dan memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan adalah prinsip yang sangat dianjurkan. Kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Baqarah:185 bahwa Allah menghendaki

kemudahan bagi umat-Nya, dan tidak menghendaki kesukaran. Selain itu, hadis Rasulullah SAW menyatakan bahwa mempermudah urusan orang lain akan mendapatkan kemudahan dari Allah di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, menyediakan proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan efisien adalah bentuk nyata dari penerapan prinsip-prinsip tersebut, yang memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabah

**5. *Prior Experience* memperkuat pengaruh *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech syariah* Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis kelima (H5) adalah pengaruh variabel moderasi terhadap variabel independen dalam keputusan penggunaan yang didasarkan *tabel 4.14*. Hasil yang didapatkan adalah *prior experience* tidak memiliki pengaruh atau tidak signifikan memperkuat *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech syariah* Amaan. Hal ini sejalan dengan teori Venkatesh et al., (2003) pada *gambar 2.1 Model UTAUT* bahwa variabel pengalaman tidak dapat memoderasi variabel *performance expectancy*.

Peneliti menemukan bahwasanya mayoritas responden pada penelitian ini tidak menganggap pengalaman sebelumnya yang dimiliki mengenai *performance expectancy* bukan lagi menjadi hal yang penting bagi responden ketika menggunakan pembiayaan Amaan. Walaupun pelaku usaha telah memiliki pengalaman terkait keuntungan dalam memperoleh dana modal usaha tersebut akan tetapi nasabah yang memiliki persepsi atau ekspektasi yang salah tentang kinerja suatu layanan Amaan menganggap tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya diberikan, dan mereka menganggap margin sebesar 30% terlalu tinggi, hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan menurunkan ekspektasi kinerja. Kondisi ini menunjukkan pengguna menolak pengaruh model UTAUT melalui pengalaman sebelumnya sebagai variabel moderasi terhadap *performance expectancy*. Hal ini pengalaman sebelumnya tidak menjadi faktor utama penentu pengguna pembiayaan *fintech syariah* Amaan.

Islam yang menekankan kejujuran dan keterbukaan dalam transaksi keuangan, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Baqarah:282 yang mengajarkan pentingnya mencatat transaksi untuk menghindari perselisihan. Selain itu, hadis Rasulullah SAW menyebutkan bahwa pedagang yang jujur dan terpercaya akan berada bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada di hari kiamat. Oleh karena itu, kejujuran dan transparansi dalam menyampaikan informasi mengenai margin dan layanan sangat penting untuk menghindari ketidakpuasan dan untuk memastikan bahwa nasabah memiliki ekspektasi yang sesuai dengan apa yang diberikan.

**6. *Prior Experience* memperkuat pengaruh *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis keenam (H6) adalah pengaruh variabel moderasi terhadap variabel independen dalam keputusan penggunaan yang didasarkan tabel 4.14. Hasil yang didapatkan adalah *prior experience* tidak memiliki pengaruh atau tidak memperkuat *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rianadewi et al., (2019) tidak terdapat efek moderasi pengalaman yang memperkuat hubungan antara ekspektasi usaha terhadap minat penggunaan.

Hasil dapat diartikan pengalaman sebelumnya yang didapati tidak dapat mendorong *effort expectancy* dalam penggunaan pembiayaan pada *fintech* Amaan. Berdasarkan wawancara terbuka yang dilakukan kepada nasabah menyatakan meskipun pengalaman sebelumnya dalam menggunakan pembiayaan Amaan mempengaruhi persepsi tentang tingkat usaha yang diperlukan, dalam beberapa kasus pengalaman nasabah terkait keterampilan berteknologi, ekspektasi yang tidak realistis seperti nasabah yang mengharapkan bahwa mereka bisa menyesuaikan jadwal pembayaran sesuka hati, namun Amaan memiliki aturan ketat tentang jadwal pembayaran hal ini mempengaruhi keputusannya dalam menggunakan kembali pembiayaan Amaan. Nasabah yang memiliki pengalaman negatif

dengan layanan dimasa lalu dan nasabah memiliki pemahaman yang cukup tentang fitur-fitur dan fungsionalitas Amaan, diperlukannya lagi strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman nasabah dan mengelola ekspektasi nasabah melalui komunikasi yang jelas serta secara konsisten meningkatkan layanan mereka berdasarkan umpan balik nasabah. Prinsip Islam yang menekankan pentingnya kejujuran, transparansi, dan perbaikan terus-menerus. QS. An-Nisa:58 menekankan pentingnya menjalankan amanah dengan adil, serta QS. Al-Baqarah:286 mengisyaratkan pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan individu secara adil. Selain itu, hadis Rasulullah SAW menyatakan bahwa mempermudah urusan orang lain akan mendapatkan kemudahan dari Allah di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, Amaan harus berkomitmen untuk berkomunikasi dengan jelas dan transparan, mendengarkan umpan balik nasabah, dan secara konsisten meningkatkan layanan mereka untuk memastikan pengalaman yang lebih baik bagi semua nasabah.

**7. *Prior Experience* memperkuat pengaruh *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis ketujuh (H7) adalah pengaruh variabel moderasi terhadap variabel independen dalam keputusan penggunaan yang didasarkan *tabel 4.14*. Hasil yang didapatkan adalah *prior experience* memiliki pengaruh atau signifikan memperkuat *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Sejalan dengan penelitian Khairani & Giri, (2020) bahwa pengalaman sebelumnya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengaruh sosial yang dapat diartikan bahwa semakin banyak pengalaman yang dimiliki responden dalam menggunakan *mobile banking* maka semakin tinggi kesadaran responden tentang adanya peran orang lain yang mampu memberikan pengaruh kepada responden untuk mengadopsi layanan *mobile banking*.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa nasabah merupakan bagian dari komunitas yang aktif menggunakan Amaan,

dukungan dari anggota komunitas tersebut dapat memperkuat pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan pembiayaan Amaan. Nasabah yang memiliki pengalaman sebelumnya menggunakan Amaan secara bersama-sama dengan komunitas, hal ini dapat menciptakan ikatan sosial yang kuat dan memperkuat keputusan untuk terus menggunakan Amaan. Reputasi yang baik dalam komunitas dapat dianggap sebagai tindakan yang positif secara sosial. Dalam situasi yang terjadi, pengalaman positif dan pengaruh sosial dari lingkungan sosial nasabah dapat saling memperkuat, membuat penggunaan pembiayaan melalui Amaan menjadi lebih menarik dan dianggap sebagai pilihan yang baik. Reputasi yang baik dalam komunitas dapat dianggap sebagai tindakan yang positif secara sosial. Dalam situasi yang terjadi, pengalaman positif dan pengaruh sosial dari lingkungan sosial nasabah dapat saling memperkuat, membuat penggunaan pembiayaan melalui Amaan menjadi lebih menarik dan dianggap sebagai pilihan yang baik. Reputasi baik dan pengaruh positif dari komunitas dapat memperkuat kepercayaan dan penggunaan pembiayaan melalui Amaan, selaras dengan prinsip-prinsip Islam yang mendorong kerja sama dan persaudaraan dalam

**8. *Prior Experience* memperkuat pengaruh *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.**

Hasil pengujian hipotesis kedelapan (H8) adalah pengaruh variabel moderasi terhadap variabel independen dalam keputusan penggunaan yang didasarkan *tabel 4.14*. Hasil yang didapatkan adalah *prior experience* memiliki pengaruh atau signifikan memperkuat *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Hal ini sejalan dalam penelitian Rianadewi et al., (2019) bahwa terdapat efek moderasi pengalaman yang memperkuat hubungan antara kondisi yang memfasilitasi terhadap perilaku pengguna.

Peneliti dalam penelitiannya menemukan nasabah memiliki pengalaman yang baik dengan layanan pembiayaan Amaan. Ketika nasabah memiliki pengalaman positif dalam menggunakan layanan Amaan, hal ini

dapat meningkatkan persepsi mereka tentang kualitas dan ketersediaan fasilitas yang disediakan oleh Amaan seperti pemanfaatan fitur-fitur tambahan. Nasabah telah memiliki akses yang baik terhadap informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh Amaan, serta nasabah menganggap Amaan sudah memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan pengalaman pengguna dan menerima informasi yang jelas, transparan tentang syarat ketentuan dan proses pengajuan yang dapat memperkuat kondisi memfasilitasi untuk penggunaan selanjutnya. Hal ini dapat menciptakan siklus positif dimana penggunaan yang berkelanjutan meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat fasilitas yang disediakan oleh Amaan. Mendorong saling membantu dan bekerja sama dalam kebaikan, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Baqarah:261 bahwa berbuat baik akan mendatangkan keberkahan yang berlipat ganda, dan QS. Al-Ma'idah:2 yang menekankan pentingnya tolong-menolong dalam kebajikan. Selain itu, hadis Rasulullah SAW menyatakan bahwa orang-orang beriman adalah seperti satu tubuh yang saling mendukung dan merasakan kesulitan satu sama lain. Oleh karena itu, keberlanjutan dalam penggunaan layanan yang meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat fasilitas Amaan adalah bentuk nyata dari penerapan prinsip-prinsip tersebut, menciptakan siklus positif yang membawa manfaat bagi semua pihak.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh model UTAUT dan *prior experience* sebagai variabel moderasi terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan di Kabupaten Purbalingga. Penulis menyebarkan kuesioner kepada nasabah lama pembiayaan Amaan cabang Purbalingga dan memperoleh sampel 250 responden yang memenuhi kriteria. Hasil data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan *SmartPLS versi 3.0*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Artinya semakin tinggi ekspektasi kinerja yang dimiliki pengguna terhadap layanan *fintech* Amaan, maka semakin besar pula untuk menggunakan pembiayaan melalui *fintech* Amaan.
2. *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Artinya semakin mudah pengguna merasa menggunakan layanan pembiayaan *fintech* Amaan, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya.
3. *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti rekomendasi dari teman, keluarga, kelompok atau komunitas serta persepsi tentang norma sosial dapat mempengaruhi keputusan penggunaan dalam menggunakan layanan pembiayaan *fintech* Amaan.
4. *Facilitating Conditions* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ketersediannya infrastruktur teknologi yang diperlukan, dukungan layanan yang efektif dan kemudahan aksesibilitas

*platform fintech* dapat mempengaruhi keputusan penggunaan pembiayaan Amaan.

5. *Prior experience* tidak signifikan memperkuat *performance expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Hal ini menunjukkan pengalaman nasabah dalam ekspektasi kinerja Amaan cenderung dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk informasi tambahan yang diperoleh dari sumber lain, perubahan dalam pelayanan atau kebijakan, harapan individu serta kondisi pasar dan regulasi. Dengan demikian pengalaman sebelumnya tidak selalu menentukan secara langsung bagaimana seorang nasabah akan mengharapkan kinerja layanan dimasa mendatang.
6. *Prior experience* tidak signifikan memperkuat *effort expectancy* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Bahwa meskipun nasabah telah memiliki pengalaman yang sangat positif dengan proses yang cepat dan mudah. Namun pada penggunaan berikutnya, nasabah mengalami masalah teknis atau proses yang lebih lambat. Dengan adanya pengalaman yang bervariasi ini membuat nasabah tidak dapat mengandalkan pengalaman pertama mereka untuk membentuk ekspektasi usaha yang konsisten.
7. *Prior experience* secara signifikan memperkuat *social influence* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Pengguna yang memiliki pengalaman sebelumnya dengan layanan pembiayaan lebih sering terpengaruh oleh faktor sosial seperti rekomendasi dari teman, keluarga dan komunitas dalam memutuskan untuk menggunakan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.
8. *Prior experience* secara signifikan memperkuat *facilitating conditions* terhadap keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang memiliki pengalaman sebelumnya dengan layanan *fintech* atau pembiayaan cenderung lebih memperhatikan ketersediaan infrastruktur teknologi yang diperlukan, dukungan layanan pelanggan yang efektif, dan kemudahan aksesibilitas *platform fintech*

dalam memutuskan untuk menggunakan pembiayaan *fintech* syariah Amaan.

## B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Beberapa informasi bersifat rahasia dan terbatas, sehingga peneliti tidak memiliki akses penuh untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang nasabah.
2. Hasil penelitian ini berdasarkan dari jawaban kuesioner, sehingga hasil yang diperoleh belum sepenuhnya mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Peneliti tidak dapat sepenuhnya mengawasi secara langsung responden dalam mengisi kuesioner, yang menyebabkan responden mungkin juga mengalami kesulitan memahami maksud dari setiap pernyataan dalam kuesioner. Akan tetapi dikarenakan kendala jangkauan, penyebaran kuesioner melalui *google form* adalah cara yang paling cepat.
3. Peneliti belum mampu menarik minat responden agar memberikan respon dengan lebih serius. Meskipun jawaban mereka memberikan hasil akan tetapi masih kurang tepat mencerminkan keadaan yang sebenarnya, pada beberapa jawaban responden terlihat tidak serius dalam mengisi kuesioner.

## C. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti menguji 4 variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions* dan satu efek moderat *prior experience* terhadap satu variabel dependen yaitu keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* syariah Amaan. Dari hasil yang diteliti bahwa pengaruh *prior experience* tidak dapat memperkuat *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap keputusan pengguna. Oleh karena itu, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

PT Amaan Sejahtera Indonesia cabang Purbalingga harus mempertahankan kinerjanya dan lebih memperhatikan keputusan nasabah dalam penggunaan pembiayaan Amaan. Perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan pembiayaan *fintech* Amaan dengan pengalaman nasabah sebelumnya, sehingga dapat mengoptimalkan upaya mereka untuk meningkatkan dan menggunakan kembali layanan pembiayaan Amaan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan di periode lainnya terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Amaan sehingga dapat dilihat perbedaan diantara pengguna dengan tingkat pengalaman yang berbeda. Pada penelitian variabel moderasi *prior experience* belum sepenuhnya dapat memperkuat variabel independen dengan itu disarankan menjadikan variabel moderasi menjadi variabel *intervening*. Untuk penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan dan menggunakan model UTAUT2 seperti variabel-variabel tambahan *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang determinan adopsi dan penggunaan teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achiriani, M. P. A., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia the Influence of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence., *E-RProceeding of Management*, 8(1), 376–388.
- Amalia Edy, S., Fatimah Mus, S., & Mansur, A. A. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Skeptisme Profesional Auditor dalam Memoderasi Pengaruh Emotional Intelligence terhadap Pendeteksian Kecurangan (Inspektorat Provinsi Sulawesi Barat). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 506–515.
- Amalia, S., Kusyanti, A., & Herlambang, A. D. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(10), 2548-964X.
- Ammy, B. (2023). *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*. 9, 79–91.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108.
- Anjani, W., & Mukhlis, I. (2022). Penerapan Model UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30570>
- Anjarsari, F., Hartono, & Ilmiddafiq, M. (2023). Pengaruh Eco-Efficiency Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI 2019-2021). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 131–141.
- Arta, T. L. F., & Azizah, S. N. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Menggunakan Fitur Go-Food dalam Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 291–303. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.478>
- Aziz, F. A. (2020). Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia. *Al-Manahij Kajian Hukum Islam*, 14(1), 1–18.
- Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan*

*Manajemen*, 3(2), 139. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>

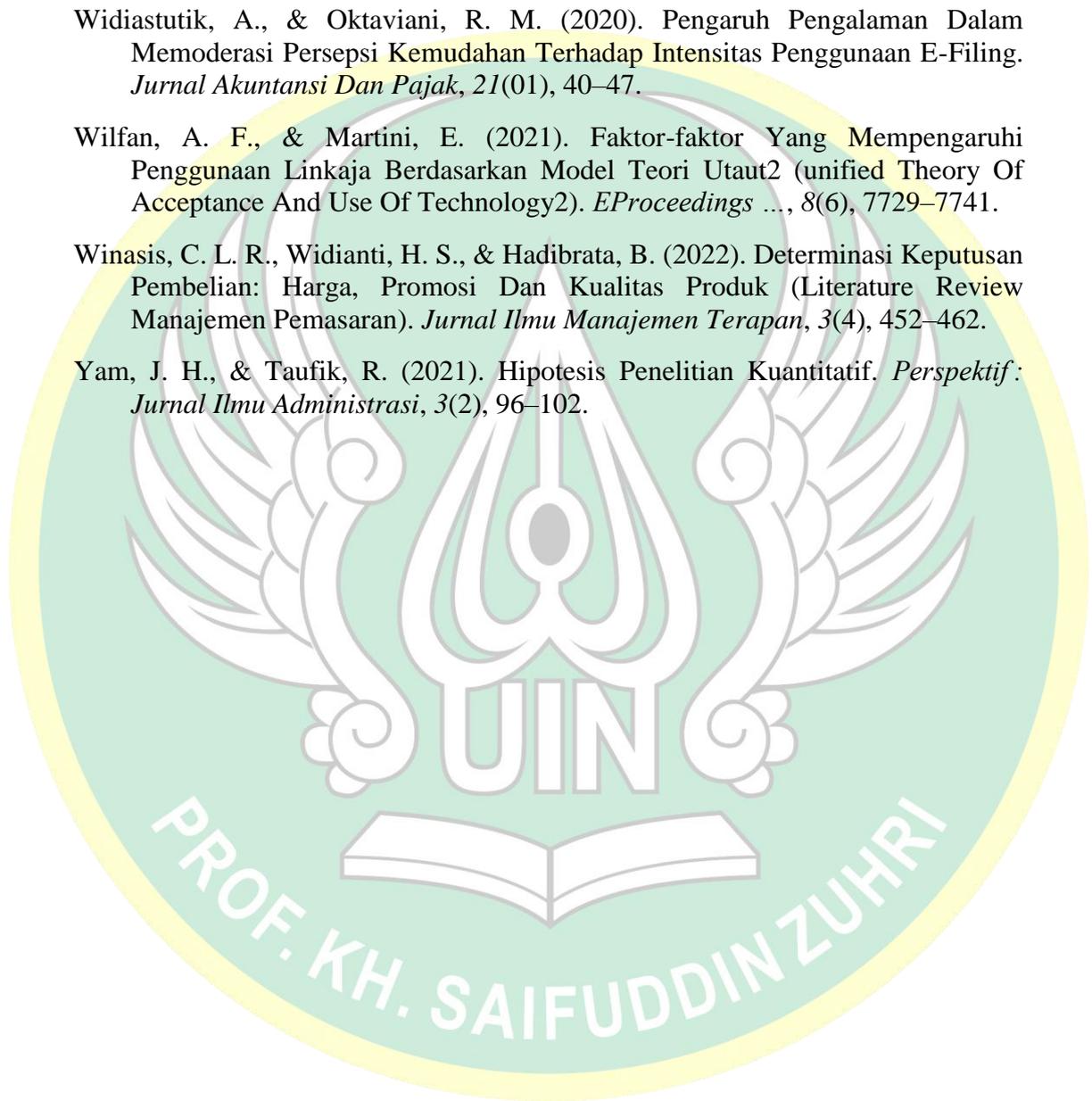
- Chaidir, T., Ro'is, I., & Akhmad Jufri. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 61–76. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i1.37>
- Chairia, C., Sukmadilaga, C., & Yuliafitri, I. (2020). Peran Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi yang Mendukung terhadap Perilaku Pengguna Itqan Mobile yang Dimediasi oleh Niat Perilaku Menggunakannya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.655>
- Damayanti, D., Megawaty, D. A., Rio, M. G., Rubiyah, R., Yanto, R., & Nurwanti, I. (2020). Analisis Interaksi Sosial Terhadap Pengalaman Pengguna Untuk Loyalitas Dalam Bermain Game. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 12(2). <https://doi.org/10.36706/jsi.v12i2.12315>
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2018). *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 117/DSN-MUI/II/2018 Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah*. 14.
- Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 544–552.
- Dwi Sari, A. N., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 1.
- Loisa J. dan Purwanto E. (2020). "The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia : UTAUT Model". dalam jurnal *Technology Reports*, Vol. 3, No. 06.
- Erisa Kustari. (2023). Implementasi Akad Murabahah Pada Pembiayaan Modal Kerja Di Pt Amaan Indonesia Sejahtera. *Jurnal in Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*, Vol. 2, No. 1.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741.
- Firmansyah, M. bagus. (2023). Pengaruh Model UTAUT Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (Studi Kasus Nasabah BRI di Banyumas). In *Journal of Engineering Research*.
- Gatot Efrianto, & Nia Tresnawaty. (2021). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Liabilitas*, 6(1), 53–72.

- Gersom Hendarsono, S. S. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–8.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Gina, W., & Effendi, J. (2015). Financing Program in Microfinance Institution (LKMS) of Welfare Enhancing for Micro Business Enterprises (Study Case in BMT Baitul Karim Bekasi). *Jurnal Al-Muzara'ah*, 3(1), 33–43.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Handayani. (2007). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi. *Kumpulan Materi Simposium Nasional Akuntansi*.
- Hidayati, A., & Fatimah, S. E. (2017). Feel Experience Dan Think Experience Marketing Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 167.
- Hutasoit, A. H. (2020). Pengaruh Sense Experience dan Feel Experience Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Grand Antares Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol 10(1), 13–20.
- Huzaemi, A., & Atin, S. (2018). Pemanfaatan Model Utaut Untuk Menganalisis Perilaku Pengguna Pada Sistem E-Ticket Pt.X. *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (KOMPUTA)*, Vol. 7(2), 2089–9033.
- Aprianto, I. G. L. A. (2022). Tinjauan Literatur: Penerimaan Teknologi Model UTAUT. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(1).
- Indah, S., Dewi, K., Kurniadi, D., & Sriwahyuni, T. (2018). Analisis Tingkat Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Evaluasi PBM Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) yang Diperluas Di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Vokasional Teknik Elektronika & Informatika*, 6(1).
- Indraswari, W., Yuniati, R. N., & Akseptori, R. (2022). Analisa Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Mra (Studi Kasus Pada Galangan Kapal Di Sidoarjo). In *Proceeding Maritime Business Management Conference*.
- Iqbal, M., & Sihotang, M. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro Di Baitul Mal Aceh Singkil. *Journal of Islamic Economics*, Vol. 1(3).

- Khairani, G. A., & Giri, R. R. W. (2020). Analisis Adopsi Penggunaan Mobile Banking Menggunakan Model Utaut Modifikasi Dengan Budaya Sebagai Moderator Di Kalimantan Timur. *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 4(7),
- Kurniawati, E. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kebiasaan Menggunakan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Merek Samsung Di Toko “Y.” *Fokus Ekonomi : Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol. 14(1), 201–212.
- Mahsitah, I. S., & Mahmudi, M. (2021). Pengaruh sikap auditor, pengalaman audit investigatif, whistleblowing dan gender terhadap kemampuan auditor dalam mendeteksi fraud. *Ncaf*, 3, 219–226.
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi Dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). *RELEVAN : Jurnal Riset Akuntansi*, 1(1), 35–47.
- Marsidi, M., Ginting, H., & Supawanhar, S. (2022). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi perilaku Wajib Pajak Menggunakan E-filing Dengan Pendekatan Metode UTAUT. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1051–1066.
- Mustaqim, R., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153. <https://doi.org/10.32627/maps.v3i2.135>
- Wulandari, O. A. D., Ujiani, U., & Putri, N. R. (2020). Analisis pemanfaatan marketplace dalam meningkatkan pendapatan bagi penjualan produk UMKM di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 96-101.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Grup Inovasi Keuangan Digital Otoritas Jasa Keuangan Daftar Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital*. November, 1–27.
- Pamungkas, Z. Y., & Sudiarno, A. (2022). Implementasi Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) untuk Menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Brimo. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(3), 569–578.
- Prof. Dr. Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan(Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA.
- Putra, R. S., & Mahanani, E. (2022). Pengaruh Motivasi, Disiplin dan Kompetensi Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Ekonomika*, 5(1), 272–281.

- Rachmawati, et al, (2020). Analysis Of Use Of Mobile Banking With Acceptance And Use Of Technology (Utaut). *International Journal of Scientific & Technology Research* , 9(8), 534–540.
- Lutfiah, et al (2020). Fintech Syariah : Manfaat Dan Problematika Penerapan Pada Umkm. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 75–90.
- Rianadewi, N., Hendra Divayana, D. G., & Pradnyana, I. M. A. (2019). Analisis Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Buleleng Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 8(2), 394. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v8i2.18391>
- Rika Susanti. (2019). Analisis Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua. In *Etd.Uinsyahada.Ac.Id* (Issue 0481, pp. 1–2).
- Rosita, A. (2023). *Pengaruh Aspek Keuangan dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja kUKM dengan Human Capital Sebagai Variabel Moderasi di Kota Semarang*.
- Safitri, A. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pada Nasabah Memilih Asuransi Unit Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Asuransi Syariah Takaful Keluarga Cabang Bengkulu)*.
- Sani, A. (2016). Pengaruh Moral Wajib Pajak, Sikap Wajib Pajak Dan Norma Subjektif Terhadap Kepatuhan Pajak Melalui Pemahaman Akuntansi. *Encyclopedia of Systems Biology*, 5(2), 1646–1646. <http://repository.stiemce.ac.id/id/eprint/1463>
- Shafrani, Y. S. (2015). Penelitian Individual: Pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM Cabang Purwokerto. *IAIN Purwokerto*.
- Sodik, F., Nur Zaida, A., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53.
- Sudarsono, H. (2022). Analisis Niat Nasabah Bank Syariah untuk Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 78–89.
- Supini, N. (2019). *Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Produk Mudharabah Di KSPSS BTM BiMU Waydadi Kota Bandar Lampung*.
- Taurina, D. A. S. (2022). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Masa Pandemi Corona (Covid 19) Dengan Pengalaman Sebagai Variabel ModeraSI* (Issue Covid 19).

- Venkatesh, Morris, B. D. G., & Davis. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MISquarterly*, 27(3), 425–478.
- Warsito, C., Sholikhah, A., Adawiyah, W. R., Setyanto, R. P., Soedirman, U. J., & Soedirman, U. J. (2020). *Anteseden Of Keputusan Konsumen Untukhalalmart Shopping : Peran Moderasi Keagamaan Keluarga*. 8(1).
- Widiastutik, A., & Oktaviani, R. M. (2020). Pengaruh Pengalaman Dalam Memoderasi Persepsi Kemudahan Terhadap Intensitas Penggunaan E-Filing. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(01), 40–47.
- Wilfan, A. F., & Martini, E. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Linkaja Berdasarkan Model Teori Utaut2 (unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2). *EProceedings ...*, 8(6), 7729–7741.
- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.





## Lampiran 1 : Lembar izin Kuesioner



**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

Nomor : 4812/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2023      Purwokerto, 5 Oktober 2023  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.  
Pimpinan PT. Amaan Indonesia Sejahtera Indah  
Di  
Purbalingga

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul "Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan *Fintech* Syariah Amaan Dengan *Prior Experience* Sebagai Variabel Moderasi)".

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Dini Ayu Puspita Sari
2. NIM : 2017202081
3. Semester / Program Studi : VII /Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2023/2024
5. Alamat : Tetel Rt 08/04, Pengadegan, Purbalingga

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Nasabah Pembiayaan Amaan
2. Tempat/ Lokasi : PT. Amaan Indonesia Sejahtera Indah Cabang Purbalingga
3. Waktu Observasi : 10 Oktober 2023 s/d 10 November 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Kord. Prodi Perbankan Syariah

*Hastyl*  
Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
N.P. 19920613 201801 2 001

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
  2. Kasubbag Akademik
  3. Arsip



**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

Nomor : 702/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/4/2024  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

15 Maret 2024

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Pimpinan PT.Amaan Indonesia Sejahtera (AMAAN)  
Di  
Purbalingga

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, yang berjudul Pengaruh Model UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Fintech Syariah AMAAN Dengan Prior Experience Sebagai Variabel Moderasi.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin Riset Individual kepada mahasiswa/i kami atas nama:

Nama : Dini Ayu Puspita Sari  
NIM : 2017202081  
Prodi / Semester : S-1 Perbankan Syariah / VIII

Adapun Riset Individual tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

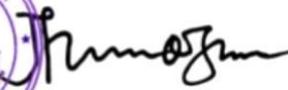
Objek Penelitian : Nasabah Pembiayaan AMAAN  
Tempat Penelitian : PT.Amaan Indonesia Sejahtera (AMAAN)  
Waktu Penelitian : 15 Maret 2024 s/d 16 April 2024  
Metode Penelitian : Kuantitatif

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wa'alaikumsalam Wr. Wb.*



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,

  
Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.



Kerja dan Ibadah  
Selaras

Purbalingga, 20 Maret 2024

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di-  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Nomor : 118/20032024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : **Surat Keterangan Penelitian**

Menindaklanjuti surat dari Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Nomor Surat: 602/Un.19/WD.I.FEBI/PP.009/4/2024, tanggal 15 Maret 2024, perihal: Permohonan Izin Riset Individual, berkenaan hal tersebut diatas dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dini Ayu Puspita Sari  
Tempat/Tgl Lahir : Purbalingga, 17 Februari 2002  
NIM : 2017202081  
Jenjang/Program Studi : (S.1)/Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Alamat Rumah : Tetel Rt 08 Rw 04, Pengadegan, Purbalingga  
No. Telp/HP/Email : 0882-0035-98134/ diniayu662@gmail.com

Bermaksud akan mengadakan Penelitian, pengumpulan data dan wawancara dalam rangka penyusunan Tugas Akhir dengan Judul : **PENERAPAN MODEL UTAUT (*UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY*) TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PEMBIAYAAN *FINTECH* SYARIAH AMAAN DENGAN *PRIOR EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**, yang akan dilaksanakan di PT.Amaan Indonesia Sejahtera Purbalingga dengan objek penelitian Nasabah Pembiayaan Amaan. Kami sampaikan pada dasarnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut guna keperluan akademik, dengan waktu pengambilan data kondisional dengan nasabah. Apabila berkenan mohon kiranya kepada yang bersangkutan diberikan kemudahan. Demikian Surat balasan dari kami, atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Purbalingga, 20 Maret 2024  
Kepala Cabang Amaan Purbalingga

Rita sugiarti

## Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat bantuan dan ketersediaannya untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Isilah identitas Ibu/Saudari sesuai pertanyaan yang ada
3. Berilah tanda cek (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai keadaan yang sesungguhnya.
4. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing masing pernyataan, yaitu :

Sangat tidak setuju ←					→ Sangat Setuju
1	2	3	4	5	

#### B. Biodata Responden

1. Nama nasabah :
2. Usia :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Alamat Lengkap :
5. Jenis Usaha :
6. Lama Usaha :

#### C. Pertanyaan Peneliti

1. Apakah Anda menggunakan pembiayaan pada Amaan?
2. Apakah ada berpengalaman/ sebagai nasabah lama pengguna pembiayaan pada Amaan?
3. Berapa lama Anda menggunakan pembiayaan pada Amaan?

NO.	PERNYATAAN	NILAI				
		STS ←				→ SS
		1	2	3	4	5
1.	Amaan bermanfaat sebagai sarana pembiayaan					
2.	Pembiayaan Amaan memberikan solusi untuk modal usaha					
3.	Saya termotivasi oleh kinerja Amaan dalam memperoleh pembiayaan dengan efisien					
4.	Amaan memberikan sesuai kebutuhan dalam meningkatkan harapan kinerja					
5.	Saya merasa Amaan lebih unggul karena kemudahan dalam memperoleh pembiayaan					
6.	Aman memberikan keuntungan yang relatif lebih					

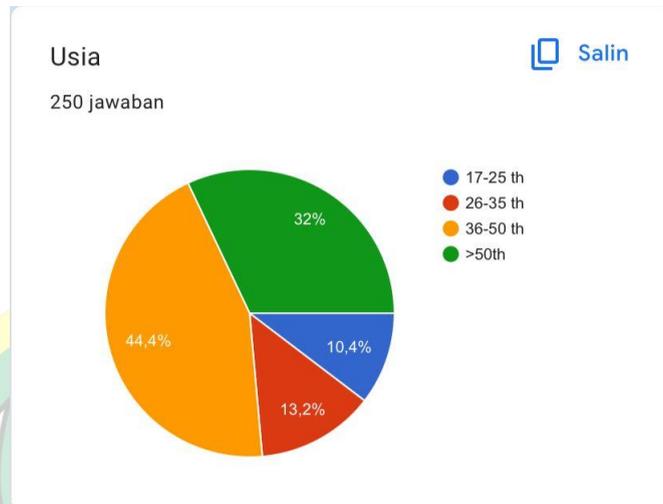
	besar					
7.	Saya meyakini bahwa menggunakan Amaan akan membawa hasil yang diharapkan					
<b>Effort Expectancy (X2)</b>		STS ← → SS				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	Kemudahan pada Amaan membuat proses pengajuan pembiayaan menjadi lebih sederhana					
2.	Amaan memiliki tingkat kerumitan yang rendah dalam pengajuan pembiayaan					
3.	Layanan pembiayaan pada Amaan lebih cepat prosesnya					
4.	Amaan dijadikan sebagai opsi yang mudah untuk digunakan					
5.	Saya merasa tidak memerlukan usaha yang besar dalam proses pengajuan pembiayaan					
<b>Social Influence (X3)</b>		STS ← → SS				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	Saya menggunakan pembiayaan Amaan karena faktor lingkungan sosial					
2.	Saya menggunakan Amaan karena rekomendasi dari teman					
3.	Saya menggunakan pembiayaan Amaan karena pengaruh positif dari komunitas					
4.	Amaan memiliki reputasi positif oleh pengguna sebelumnya					
5.	Pembiayaan Amaan memiliki citra positif terkait dengan layanan yang diberikan					
<b>Facilitating Conditions (X3)</b>		STS ← → SS				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	Saya memiliki kendali yang baik dalam penggunaan Amaan karena layanan antarmuka yang ramah					
2.	Saya merasa Amaan memberikan akses yang mudah dalam penggunaan					
3.	Saya merasa terbantu dalam proses pengajuan pembiayaan yang sederhana					
4.	Amaan memberikan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan modal yang dibutuhkan					
<b>Prior Experience (M)</b>		STS ← → SS				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	Saya memiliki rasa pengalaman positif terhadap Amaan					
2.	Saya mempunyai pengalaman bahwa Amaan memberikan pelayanan yang nyaman					
3.	Saya memiliki pengetahuan yang baik tentang pembiayaan Amaan					
4.	Saya aktif menggunakan pembiayaan Amaan dalam kebutuhan finansial usaha					

5.	Saya merasa pembiayaan Amaan sangat relevan dalam mengelola kebutuhan modal usaha					
<b>Keputusan Penggunaan (Y)</b>		<b>STS</b> ←————→ <b>SS</b>				
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1.	Saya yakin Amaan memiliki stabilitas produk dalam memenuhi kebutuhan modal yang diperlukan					
2.	Saya yakin pembiayaan Amaan memiliki kualitas yang terpercaya					
3.	Saya selalu menggunakan pembiayaan Amaan untuk kebutuhan modal usaha					
4.	Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan pembiayaan Amaan					
5.	Saya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pembiayaan Amaan					
6.	Saya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi untuk menggunakan kembali pembiayaan Amaan					



### Lampiran 3 : Distribusi tanggapan responden

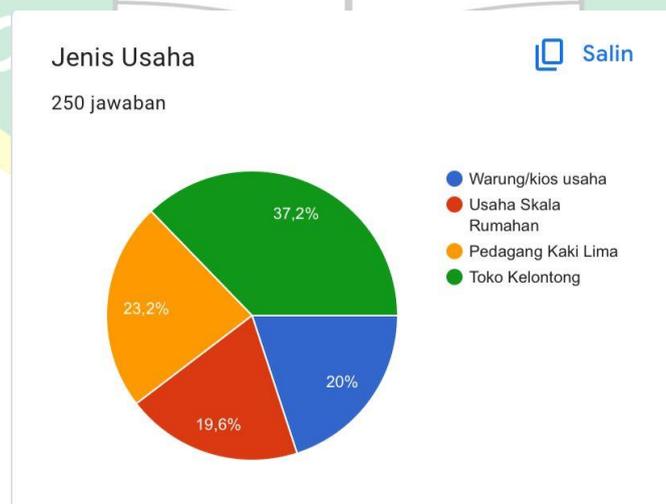
#### Karakteristik responden berdasarkan usia



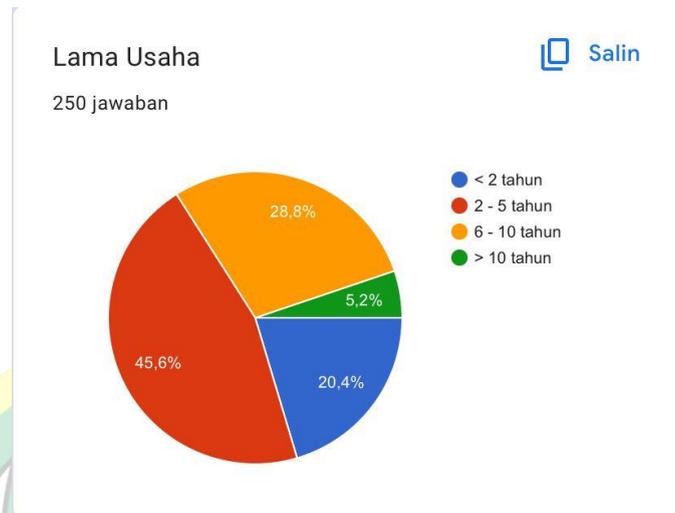
#### Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir



#### Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha



### Karakteristik responden berdasarkan lama usaha



### Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan pembiayaan Amaan



### Variabel *Performance Expectancy* (X1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		STS	TS	N/R	S	SS	
1.	Amaan bermanfaat sebagai sarana pembiayaan	0	0	0	0	250	<b>250</b>
2.	Pembiayaan Amaan memberikan solusi untuk modal usaha	2	10	84	42	112	<b>250</b>
3.	Saya termotivasi oleh kinerja Amaan dalam memperoleh pembiayaan dengan efisien	4	15	80	37	114	<b>250</b>
4.	Amaan memberikan sesuai kebutuhan dalam meningkatkan harapan kinerja	2	17	66	30	135	<b>250</b>

5.	Saya merasa Aman lebih unggul karena kemudahan dalam memperoleh pembiayaan	3	11	69	40	127	<b>250</b>
6.	Aman memberikan keuntungan yang relative lebih besar	2	11	56	37	144	<b>250</b>
7.	Saya meyakini bahwa menggunakan Aman akan membawa hasil yang diharapkan	1	21	46	48	134	<b>250</b>

**Variabel Effort Expectancy (X2)**

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		STS	TS	N/R	S	SS	
1.	Kemudahan pada Aman membuat proses pengajuan pembiayaan menjadi lebih sederhana	7	23	69	32	119	<b>250</b>
2.	Aman memiliki tingkat kerumitan yang rendah dalam pengajuan pembiayaan	4	16	77	44	106	<b>250</b>
3.	Layanan pembiayaan pada Aman lebih cepat prosesnya	5	15	82	44	103	<b>250</b>
4.	Aman dijadikan sebagai opsi yang lebih cepat prosesnya	3	26	59	41	121	<b>250</b>
5.	Saya merasa tidak memerlukan usaha yang besar dalam proses pengajuan pembiayaan	4	27	62	37	120	<b>250</b>

**Variabel Social Influence (X3)**

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		STS	TS	N/R	S	SS	
1.	Saya menggunakan pembiayaan Aman karena faktor lingkungan sosial	0	27	53	46	124	<b>250</b>
2.	Saya menggunakan Aman karena rekomendasi dari teman	0	13	69	55	113	<b>250</b>
3.	Saya menggunakan pembiayaan Aman karena pengaruh positif dari komunitas	0	14	68	58	110	<b>250</b>
4.	Aman memiliki reputasi positif oleh pengguna sebelumnya	0	20	62	60	108	<b>250</b>
5.	Pembiayaan Aman memiliki citra positif terkait dengan layanan yang diberikan	0	29	50	56	115	<b>250</b>

**Variabel Facilitating Conditions (X4)**

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		STS	TS	N/R	S	SS	
1.	Saya memiliki kendali yang baik dalam penggunaan Aman karena layanan antarmuka	2	36	31	64	117	<b>250</b>

2.	Saya merasa Amaan memberikan akses yang mudah dalam penggunaan	3	4	61	77	105	<b>250</b>
3.	Saya merasa terbantu dalam proses pengajuan pembiayaan yang sederhana	1	7	59	70	113	<b>250</b>
4.	Amaan memberikan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan modal yang dibutuhkan	0	28	39	60	123	<b>250</b>

**Variabel Prior Experience (M)**

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		STS	TS	N/R	S	SS	
1.	Saya memiliki rasa pengalaman positif terhadap Amaan	8	28	32	72	110	<b>250</b>
2.	Saya mempunyai pengalaman bahwa Amaan memberikan pelayanan yang nyaman	3	26	42	66	113	<b>250</b>
3.	Saya memiki pengetahuan yang baik tentang pembiayaan Amaan	9	13	54	72	102	<b>250</b>
4.	Saya aktif menggunakan pembiayaan Amaan dalam kebutuhan finansial usaha	11	29	41	83	86	<b>250</b>
5.	Saya merasa pembiayaan Amaan sangat relevan dalam mengelola kebutuhan modal usaha	5	27	43	67	108	<b>250</b>

**Variabel Keputusan Penggunaan (Y)**

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		STS	TS	N/R	S	SS	
1.	Saya yakin Amaan memiliki stabilitas produk dalam memenuhi kebutuhan modal yang diperlukan	2	41	48	53	106	<b>250</b>
2.	Saya yakin pembiayaan Amaan memiliki kualitas yang terpercaya	7	33	52	68	90	<b>250</b>
3.	Saya selalu menggunakan pembiayaan Amaan untuk kebutuhan modal usaha	11	33	51	61	94	<b>250</b>
4.	Saya akan menyarankan kepada orang lain unuk menggunakan pembiayaan Amaan	4	30	69	65	82	<b>250</b>
5.	Saya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pembiayaan Amaan	6	30	49	64	101	<b>250</b>
6.	Saya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi untuk menggunakan kembali pembiayaan Amaan	5	31	68	43	103	<b>250</b>

**Lampiran 4 : Tabulasi Data**

Responden	Performance Expectancy (X1)							Effort Expectancy (X2)				
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	5	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2
3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
6	5	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2
7	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
8	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
9	5	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2
10	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
11	5	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3
12	5	3	2	3	3	2	3	1	1	2	2	2
13	5	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3
14	5	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2
15	5	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3
16	5	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3
17	5	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3
18	5	3	3	2	2	3	2	1	1	2	1	1
19	5	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3
20	5	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3
21	5	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2
22	5	3	3	1	3	2	2	4	3	3	4	3
23	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4
24	5	3	3	2	3	3	3	4	5	4	5	4
25	5	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	2
26	5	4	3	3	4	4	3	1	2	2	1	1
27	5	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	3	2	3	4	3	4	2	3	3	2	3
30	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3
31	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
32	5	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2
33	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
34	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
35	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
36	5	3	3	2	3	3	2	2	1	2	1	1
37	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
38	5	5	2	3	3	4	4	2	2	3	2	2
39	5	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2
40	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4





129	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
130	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
131	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
132	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
133	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
134	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
136	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4
137	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
138	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	5
139	5	3	3	3	2	3	3	5	5	5	5	5
140	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
144	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
145	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4
146	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
149	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
152	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
153	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	5	5
155	5	3	3	5	5	4	4	3	3	3	5	5
156	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
157	5	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3
158	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
159	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
160	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3
161	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
162	5	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
164	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
166	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
168	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
169	5	3	3	3	2	3	3	5	5	5	5	5
170	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
172	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5

173	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
174	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
175	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
176	5	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
179	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
181	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
182	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
183	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
184	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4
185	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
186	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
187	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
188	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
189	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
190	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
191	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
192	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
195	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
196	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
197	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
198	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
199	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
202	5	4	5	5	5	5	4	1	1	1	2	2
203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
204	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
205	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
206	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
207	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
209	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
210	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
211	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
212	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3
213	5	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3
214	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
215	5	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3	3
216	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4

217	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
218	5	1	5	3	3	2	3	4	4	4	4	4
219	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
220	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
221	5	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	5
222	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
223	5	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
224	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
225	5	5	5	5	5	1	5	2	2	2	2	2
226	5	3	3	3	1	3	3	5	5	5	5	5
227	5	4	1	4	1	5	4	5	5	5	5	5
228	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
229	5	3	1	3	2	3	3	5	5	5	2	3
230	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	2
231	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
232	5	5	5	2	3	5	4	4	2	5	5	1
233	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
234	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
235	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
236	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3
237	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
239	5	5	5	1	5	5	4	5	5	1	5	5
240	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3
241	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
242	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5
243	5	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
244	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5
245	5	5	2	5	4	5	5	4	4	4	4	4
246	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
248	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
249	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
250	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4

Lanjutan

Responden	Social Influence (X3)					Facilitating Condistions (X4)			
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	2	2	3	3	4	4	3
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
6	2	3	3	2	3	2	3	3	2

7	5	5	5	5	5	4	4	5	5
8	5	5	5	5	5	5	4	4	5
9	2	3	3	2	2	3	2	3	2
10	5	5	5	5	5	5	4	5	5
11	2	3	3	2	3	2	3	3	2
12	3	2	3	3	2	2	3	3	2
13	2	3	3	2	3	3	3	4	3
14	3	2	3	3	2	2	2	3	3
15	2	3	3	2	2	3	3	3	3
16	3	2	3	3	2	3	3	3	2
17	2	3	2	2	3	3	4	4	3
18	2	2	3	3	2	2	3	3	2
19	2	3	2	3	2	2	3	3	2
20	2	2	3	3	2	2	3	3	2
21	2	3	3	2	3	2	3	3	2
22	3	3	3	4	3	2	3	3	2
23	2	3	3	3	2	3	4	3	3
24	2	3	3	3	2	3	3	4	3
25	2	3	3	2	3	4	4	4	4
26	3	4	3	3	4	2	3	3	2
27	3	4	3	3	4	3	3	4	3
28	4	5	5	5	5	5	4	5	5
29	2	3	3	2	2	2	3	3	2
30	4	4	5	4	5	5	5	5	5
31	5	4	5	5	5	5	5	5	5
32	2	3	2	3	2	2	3	3	2
33	4	5	5	4	4	5	5	5	4
34	5	5	5	4	5	5	5	5	5
35	5	5	5	4	5	4	4	5	4
36	2	3	3	2	2	2	3	3	2
37	5	5	5	5	5	5	5	4	5
38	2	3	3	3	2	3	3	3	3
39	2	3	3	2	2	2	3	2	2
40	5	5	4	5	5	4	4	5	5
41	3	4	3	3	3	2	3	3	2
42	3	2	3	3	2	2	3	3	2
43	2	3	3	3	2	2	3	3	2
44	3	2	3	3	2	3	4	3	4
45	5	4	4	5	5	4	3	4	3
46	4	5	4	5	5	5	4	5	4
47	5	5	4	4	5	5	5	5	5
48	3	2	3	3	2	2	3	3	3
49	3	2	3	3	2	2	3	3	2
50	3	3	2	3	3	2	3	3	2

51	2	3	3	2	3	2	3	3	2
52	3	2	3	3	2	3	4	3	3
53	2	3	3	2	2	2	3	3	2
54	3	3	2	3	2	4	3	3	4
55	2	3	3	2	3	4	4	4	4
56	4	3	3	4	3	4	3	3	4
57	5	5	5	5	5	5	4	4	5
58	5	4	5	5	5	4	5	4	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	4	5	5	5	5	5
61	5	4	5	5	5	5	5	5	5
62	2	3	3	2	3	2	3	3	2
63	4	5	5	4	5	5	5	5	5
64	5	5	5	4	4	5	5	5	5
65	5	5	5	4	4	5	5	4	5
66	2	3	3	2	2	2	3	3	2
67	5	5	5	5	5	2	3	3	2
68	4	5	4	5	4	5	4	4	5
69	3	4	3	3	4	2	3	2	3
70	5	5	5	5	4	4	5	4	5
71	3	4	3	3	3	2	3	2	3
72	3	3	4	4	3	2	3	3	2
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5
74	3	3	4	4	3	2	3	2	3
75	5	5	4	4	4	5	4	5	5
76	5	4	4	4	5	4	4	3	4
77	5	4	4	5	5	5	5	5	5
78	5	5	4	5	4	5	4	5	4
79	5	4	4	5	4	5	4	5	5
80	5	5	4	4	5	5	4	5	4
81	5	5	4	5	5	5	5	5	5
82	3	2	3	3	2	4	3	4	3
83	3	4	4	4	4	5	4	5	4
84	5	5	4	5	5	5	5	5	5
85	3	4	3	3	4	3	3	4	3
86	3	3	3	2	2	2	3	3	2
87	4	5	4	4	5	4	5	5	5
88	4	5	5	5	5	5	4	5	4
89	5	4	4	5	4	5	5	5	5
90	5	4	5	4	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	2	3	3	2	3	4	4	4	5
93	4	5	5	4	5	5	5	5	5
94	5	5	5	4	5	5	5	5	5

95	5	5	5	4	5	4	4	5	4
96	3	2	3	3	2	4	4	3	3
97	5	5	5	5	5	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	4	4	4
99	2	3	3	2	2	2	3	2	3
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	3	2	3	3	2	3	3	2	3
102	5	5	5	5	5	2	3	3	2
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	5	3	3	3	3	5	4	4	5
105	3	3	3	3	3	5	4	5	5
106	3	3	3	3	3	5	5	4	5
107	3	3	3	3	3	5	5	5	5
108	3	3	3	3	3	4	4	4	5
109	3	3	3	3	3	4	5	5	4
110	3	3	3	3	3	5	4	5	4
111	4	4	4	4	4	5	5	5	5
112	4	4	4	4	4	4	4	4	3
113	4	4	4	4	4	4	3	4	4
114	3	3	3	3	3	4	5	4	5
115	5	4	4	4	4	5	4	4	4
116	5	5	5	5	5	4	5	4	4
117	5	5	5	5	5	4	4	4	4
118	4	5	5	5	5	4	5	4	5
119	5	5	5	5	5	4	3	3	4
120	4	4	4	4	4	5	5	5	5
121	5	4	5	5	5	5	5	5	5
122	5	5	5	5	5	2	3	3	3
123	4	5	5	4	4	5	5	5	5
124	5	5	5	4	4	5	5	5	5
125	5	5	5	4	4	4	5	5	5
126	5	4	5	5	5	4	3	3	4
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	5	5	5	5	5	3	3	4	5
129	5	5	5	5	5	3	4	3	5
130	5	5	5	5	5	4	4	3	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	5	4	4	4	4
133	5	5	5	5	5	5	5	3	5
134	4	4	4	4	4	3	3	3	3
135	4	4	4	4	4	3	3	3	3
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	3	3	3	3	3	5	5	5	5
138	3	3	3	3	4	4	4	4	4

139	3	3	3	3	3	4	4	4	5
140	3	3	3	3	3	4	4	4	4
141	4	4	4	4	4	5	5	4	5
142	4	5	4	5	4	4	4	4	4
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	3	3	3	3	3	5	5	5	5
145	4	4	4	4	4	5	4	4	4
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	4	4	4	4
148	5	5	5	5	5	4	4	4	4
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5
150	5	5	5	5	4	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5
152	5	5	5	5	5	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5	4
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5
155	5	5	5	4	4	4	4	4	4
156	5	4	5	5	5	5	5	5	5
157	5	5	5	5	5	4	4	4	4
158	5	5	5	5	5	3	3	3	3
159	5	5	4	5	5	3	3	3	3
160	5	5	4	5	4	4	4	4	4
161	4	4	4	5	3	4	4	4	4
162	5	5	4	5	5	4	4	4	4
163	5	5	4	4	5	5	5	5	5
164	5	3	4	4	4	3	3	3	3
165	3	3	4	3	3	3	3	3	3
166	3	3	4	3	3	3	3	3	3
167	3	3	3	3	3	5	5	5	3
168	3	3	3	3	4	4	4	4	4
169	3	3	3	3	3	4	4	4	5
170	5	5	3	3	3	4	4	4	4
171	4	4	4	5	5	5	5	5	5
172	4	3	4	5	4	4	4	4	4
173	5	4	4	4	4	4	4	4	4
174	4	3	3	3	5	5	5	5	5
175	5	4	4	4	4	4	4	4	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	4
177	5	5	5	5	5	4	4	5	5
178	4	5	5	5	5	4	4	4	4
179	5	4	5	5	5	5	5	5	5
180	4	4	5	4	5	5	5	5	5
181	5	4	5	5	5	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5	4	4	4	4

183	4	5	5	4	4	5	5	5	4
184	5	5	5	4	4	5	5	5	5
185	5	5	5	4	4	4	4	4	4
186	5	4	5	5	5	5	5	5	5
187	5	5	5	5	5	4	4	3	5
188	5	5	5	5	5	5	5	5	5
189	5	5	4	5	5	5	5	5	5
190	5	5	4	5	4	4	4	3	3
191	4	4	4	5	3	4	4	4	3
192	5	5	5	5	5	4	4	4	3
193	5	5	5	4	5	5	5	3	3
194	5	3	4	4	4	3	4	4	3
195	3	3	2	3	3	3	3	3	3
196	3	3	2	3	3	3	3	3	3
197	3	3	2	3	3	5	5	5	5
198	3	3	2	3	4	4	4	4	4
199	3	3	3	3	3	4	4	4	4
200	5	5	3	3	3	4	4	4	4
201	4	4	5	5	5	5	5	5	5
202	4	3	4	5	4	4	4	4	4
203	5	4	4	4	4	4	4	4	4
204	4	3	3	3	5	5	5	5	5
205	5	4	4	4	4	4	4	4	4
206	5	5	5	5	5	5	5	5	5
207	5	5	5	5	5	5	5	5	5
208	4	5	5	5	5	5	5	5	5
209	5	4	5	5	5	5	5	5	5
210	4	4	5	4	5	5	5	5	5
211	3	3	3	3	3	5	5	5	5
212	5	5	3	3	3	5	5	5	5
213	4	4	5	5	5	2	5	3	3
214	4	3	4	5	4	5	5	5	5
215	4	4	4	4	4	5	1	1	5
216	5	5	5	5	5	1	5	5	5
217	5	4	4	4	4	5	1	5	5
218	5	5	5	5	5	5	5	5	5
219	5	5	5	5	5	3	5	5	5
220	5	5	5	5	5	5	3	5	5
221	5	5	5	5	5	2	5	5	5
222	4	4	4	4	4	3	3	3	3
223	3	3	2	3	3	5	5	2	5
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5
225	4	4	4	4	5	5	5	5	4
226	4	4	4	4	4	5	4	4	4

227	4	4	5	4	4	5	5	4	5
228	3	3	2	3	3	5	5	5	4
229	5	5	5	5	5	3	5	5	4
230	5	5	5	5	5	3	4	4	4
231	5	5	5	5	5	3	5	5	5
232	4	5	5	5	5	5	5	5	5
233	5	5	5	5	5	1	5	5	5
234	5	5	5	5	5	5	1	5	5
235	3	3	3	3	3	5	4	5	5
236	3	3	2	3	3	2	5	5	5
237	4	4	4	4	4	5	2	5	5
238	4	4	4	4	4	5	3	5	5
239	5	4	4	4	4	5	5	5	5
240	3	3	2	3	3	5	5	5	5
241	4	4	4	4	4	5	2	5	5
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5
246	5	5	5	5	5	5	5	5	5
247	5	5	5	5	5	5	5	5	5
248	5	5	5	5	5	5	5	5	5
249	5	5	5	5	5	5	5	5	5
250	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lanjutan

Responden	Prior Experience (M)					Keputusan Penggunaan (Y)					
	M1	M2	M3	M4	M5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	4	4	3	2	2	1	1	2	2
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	5
7	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5
9	2	3	3	3	2	1	2	1	1	2	2
10	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
11	2	3	3	2	3	1	2	1	2	1	2
12	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1
13	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2
14	3	3	4	4	3	2	1	2	2	1	2
15	3	4	4	3	4	2	2	1	3	3	2

16	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2
17	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2
18	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2
19	2	2	3	3	2	2	1	2	2	3	3
20	1	2	2	1	1	3	2	2	3	3	2
21	2	3	3	2	2	3	3	1	4	3	3
22	1	2	1	1	1	3	3	2	3	2	3
23	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3
24	2	3	3	2	3	2	1	2	2	1	1
25	2	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3
26	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3
27	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	2	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2
30	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
31	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
32	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
34	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
36	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3
37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
38	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3
39	1	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	4	4	4	4	2	1	2	2	1	1
42	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2
43	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2
44	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
45	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
48	2	3	3	2	3	2	1	1	1	2	1
49	1	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2
50	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3
51	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3
52	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
53	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2
54	3	3	5	3	3	3	2	2	2	3	3
55	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3
56	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3
57	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5

60	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
61	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
62	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4
66	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3
67	4	5	4	5	5	3	3	4	3	3	4
68	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
69	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2
70	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
71	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2
72	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2
73	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
74	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2
75	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
76	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3
77	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
78	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
80	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
81	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
82	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
83	4	5	3	2	5	5	5	4	4	4	5
84	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	4
85	5	3	2	2	5	3	2	3	3	2	3
86	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3
87	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5
88	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
89	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
90	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
91	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
92	2	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3
93	5	5	1	5	5	4	5	5	4	4	5
94	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5
95	4	5	1	5	5	4	4	4	5	5	4
96	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
98	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3
99	5	5	5	4	5	2	3	3	2	2	2
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
102	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
103	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5

104	4	2	3	4	1	5	5	3	3	3	4
105	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
106	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
107	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5
108	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3
112	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3
113	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	5
114	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	3
115	5	5	5	4	5	2	4	5	4	4	3
116	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
117	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3
118	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
119	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5
120	3	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
122	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
123	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5
124	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
125	4	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
126	5	5	3	2	5	3	3	3	3	3	3
127	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
128	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4
129	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
130	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	4	4	1	1	4	3	3	3	3	3	3
132	5	5	5	2	5	2	2	2	2	2	2
133	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
134	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4
135	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
136	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
137	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
138	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
141	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3
142	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
143	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
144	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	3
145	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
146	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
147	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3

148	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
149	5	5	5	4	4	4	3	5	3	4	5
150	5	5	5	4	5	5	5	3	2	5	5
151	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
152	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	2	2	5	4	5	5	5	5	5	5
155	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
156	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3
157	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
158	5	5	5	1	5	4	4	4	4	4	4
159	5	5	3	1	5	3	3	3	3	3	3
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
161	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
162	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
164	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4
165	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
168	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4
169	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
171	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3
172	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3
173	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	5
174	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	3
175	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4
176	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4
177	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3
178	5	5	5	1	5	5	5	5	3	5	5
179	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3
180	1	1	1	1	1	5	5	3	2	5	5
181	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
184	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
187	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
188	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
189	5	2	5	2	3	3	3	3	3	3	3
190	5	2	5	2	3	5	5	5	5	5	5
191	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3

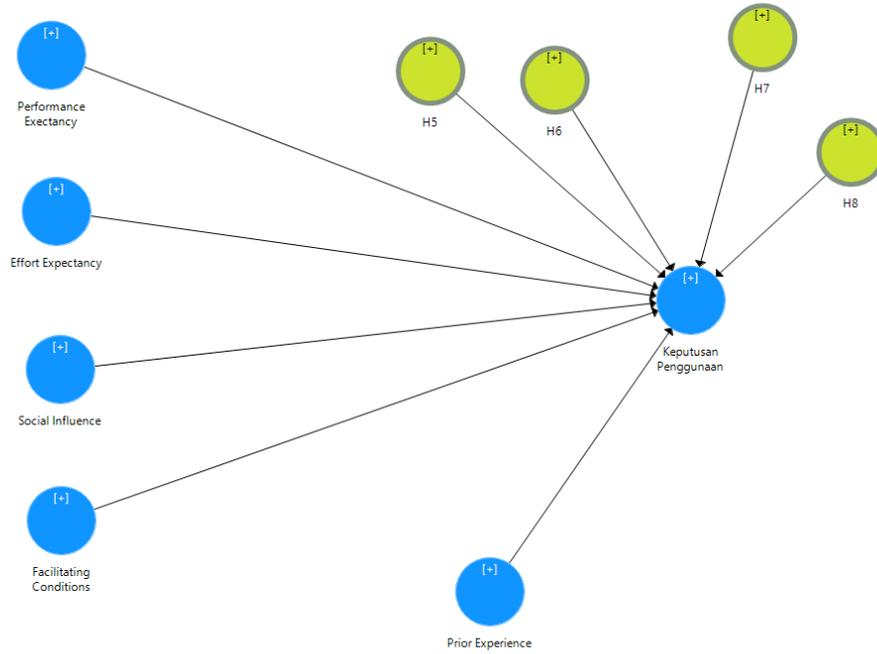


236	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
237	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3
238	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
239	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
240	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
241	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	3
242	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
243	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5
244	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
245	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4
246	3	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5
247	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5
248	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	5
249	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
250	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5

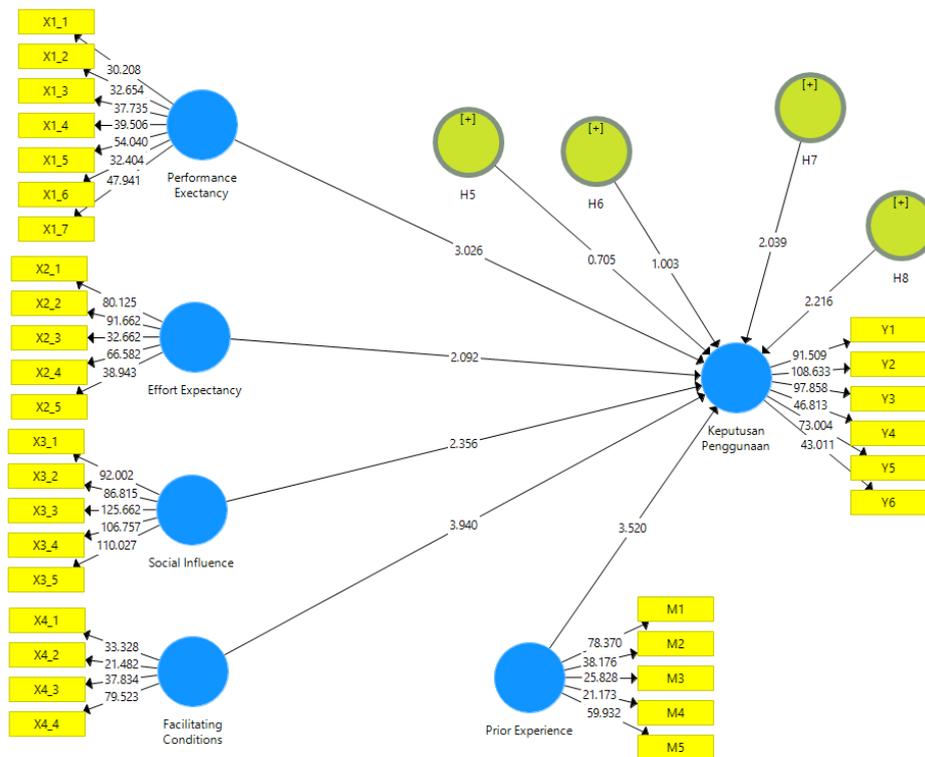


## Lampiran 5 : Hasil Uji SmartPLS

### Output Model



### Output Hasil Uji MRA



## Hasil HTMT

### Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	X2	X4	H5	H6	H7	H8	Y	X1	M	X3
X2										
X4	0,633									
H5	0,254	0,328								
H6	0,327	0,446	0,598							
H7	0,422	0,544	0,599	0,664						
H8	0,393	0,461	0,692	0,732	0,795					
Y	0,553	0,693	0,317	0,381	0,443	0,362				
X1	0,528	0,579	0,329	0,271	0,300	0,314	0,554			
M	0,434	0,470	0,323	0,338	0,368	0,357	0,545	0,380		
X3	0,439	0,641	0,282	0,431	0,377	0,487	0,554	0,460	0,495	

### Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

#### Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Effort Expectancy	0,946	0,948	0,959	0,823
Facilitating Conditions	0,900	0,910	0,931	0,770
H5	1,000	1,000	1,000	1,000
H6	1,000	1,000	1,000	1,000
H7	1,000	1,000	1,000	1,000
H8	1,000	1,000	1,000	1,000
Keputusan Penggunaan	0,963	0,965	0,970	0,843
Performance Exectancy	0,949	0,958	0,958	0,764
Prior Experience	0,929	0,937	0,946	0,780
Social Influence	0,958	0,961	0,968	0,858

### Nilai R-Square

#### R Square

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Penggunaan	0,556	0,539

## Model Fit

Model Fit

Fit Summary

	Saturated Model	Estimated Model
<b>SRMR</b>	0,049	0,049
<b>d_ULS</b>	1,246	1,258
<b>d_G</b>	0,697	0,699
<b>Chi-Square</b>	988,077	996,449
<b>NFI</b>	0,889	0,888

## Hasil F-Square

f Square

	X2	X4	H5	H6	H7	H8	Keputusan Penggunaan	X1	M	X3
<b>X2</b>							<b>0,018</b>			
<b>X4</b>							0,072			
<b>H5</b>							<b>0,002</b>			
<b>H6</b>							<b>0,004</b>			
<b>H7</b>							<b>0,019</b>			
<b>H8</b>							0,024			
<b>Keputusan Penggunaan</b>										
<b>X1</b>							0,044			
<b>M</b>							0,058			
<b>X3</b>							0,024			

## Hasil Analisis Statistik Deskriptif

LV Descriptives

	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness	Number of Observations Used
<b>X2</b>	0,000	0,263	-2,710	1,039	1,000	-0,852	-0,593	250,000
<b>X4</b>	0,000	0,189	-2,119	1,033	1,000	-0,873	-0,654	250,000
<b>Y</b>	0,000	0,162	-2,384	1,112	1,000	-0,771	-0,619	250,000
<b>X1</b>	0,000	0,424	-2,782	0,987	1,000	-1,073	-0,630	250,000
<b>M</b>	0,000	0,089	-3,024	1,054	1,000	-0,018	-0,892	250,000
<b>X3</b>	0,000	0,377	-1,770	1,015	1,000	-1,284	-0,545	250,000

## Hasil Uji Path Coefficients

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
H2 -> Y	0,118	0,115	0,056	2,092	<b>0,037</b>
H4 -> Y	0,279	0,277	0,071	3,940	<b>0,000</b>
H5 -> Y	-0,038	-0,040	0,053	0,705	<b>0,481</b>
H6 -> Y	-0,060	-0,061	0,060	1,003	<b>0,317</b>
H7 -> Y	-0,153	-0,153	0,075	2,039	<b>0,042</b>
H8 -> Y	0,181	0,184	0,081	2,216	<b>0,027</b>
H1 -> Y	0,181	0,185	0,060	3,026	<b>0,003</b>
M -> Y	0,194	0,199	0,055	3,520	<b>0,000</b>
H3 -> Y	0,147	0,150	0,062	2,356	<b>0,019</b>



## Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian

### Tampilan Quesioner Penelitian

The image displays two screenshots related to a research questionnaire. The top screenshot shows the questionnaire document, and the bottom screenshot shows the data collection interface.

**Questionnaire Document (Top Screenshot):**

### Kuisisioner Penelitian Skripsi : Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance And Use of Technology*) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan *Fintech* Syariah AMAAN Dengan *Prior Experience* Sebagai Variabel Moderasi

Assalammu'alaikum Wr.Wb.  
Perkenalkan saya Dini Ayu Puspita Sari mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul " **Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance And Use of Technology*) Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan *Fintech* Syariah AMAAN Dengan *Prior Experience* Sebagai Variabel Moderasi** "

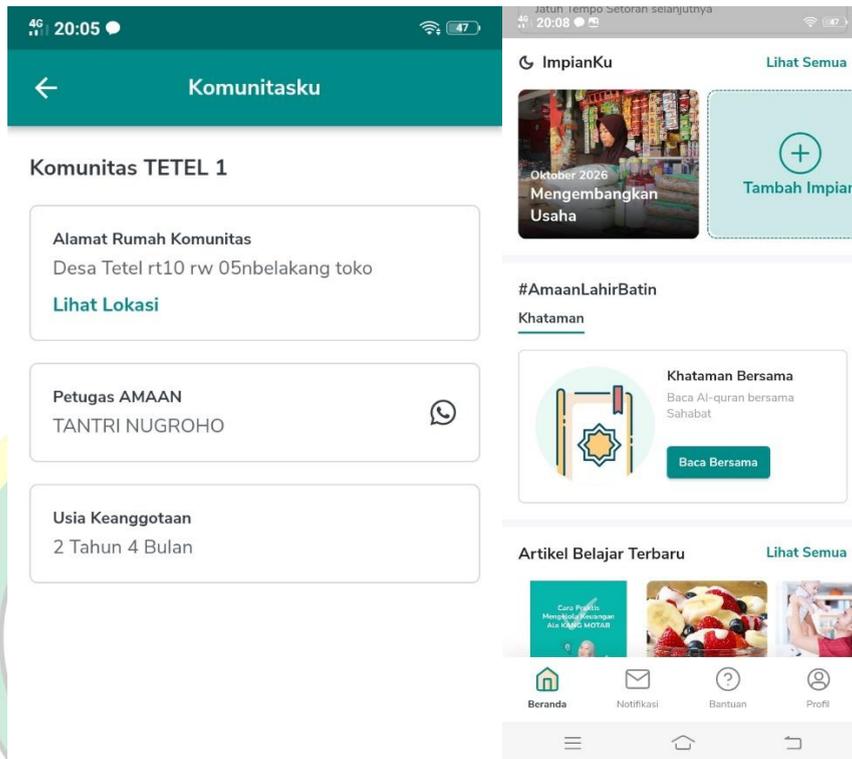
Sehubung dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan ibu/saudari untuk menjadi responden dengan mengisi kuisisioner penelitian ini dengan menjawab pertanyaan dengan jujur dan sebenar-benarnya. Berikut kriteria yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu :

1. Pengguna aplikasi AMAAN

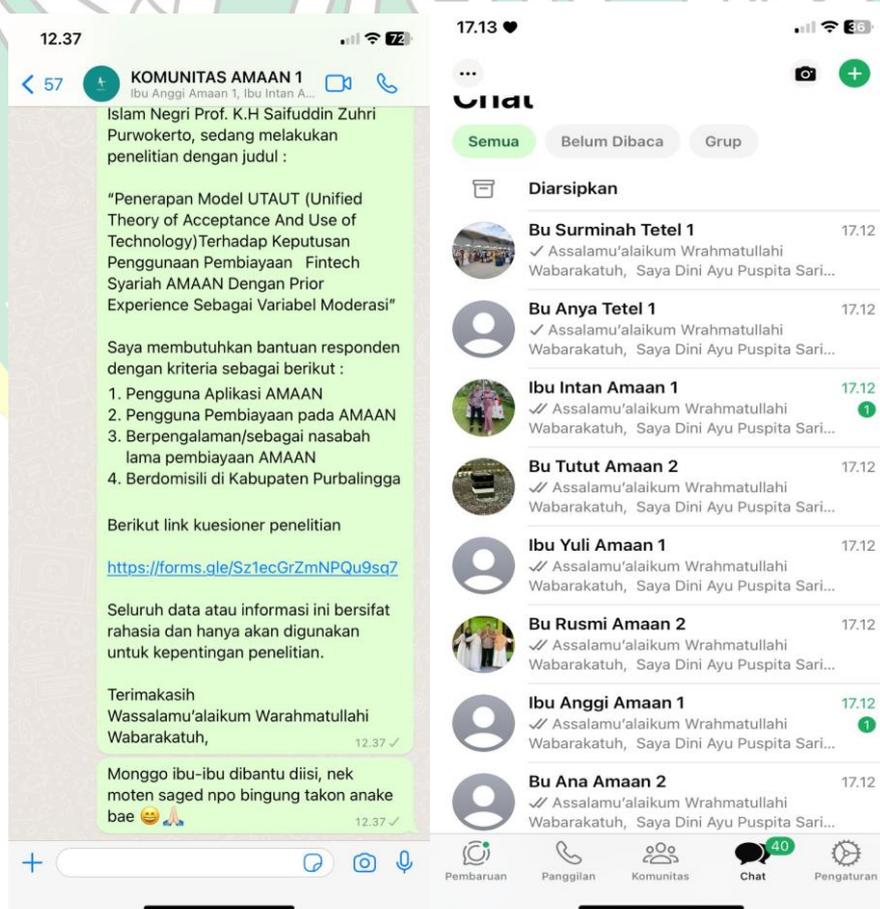
The bottom screenshot shows the data collection interface for the questionnaire. It displays the following information:

- Questionnaire title: kuisisioner penelitian skripsi
- Navigation: Pertanyaan, Jawaban (250), Setelan
- Response count: 250 jawaban
- Link: [Link ke Spreadsheet](#)
- Toggle: Menerima jawaban (checked)
- Views: Ringkasan, Pertanyaan, Individual
- Section: Nama Lengkap Nasabah
- Response list:
  - 250 jawaban
  - Turijah
  - Ruyati
  - Jumirah
  - Rohyati

## Tampilan Beranda Aplikasi Amaan



## Dokumentasi Penyebaran Kuesioner, Observasi dan Wawancara





## Biodata Penulis

### A. Identitas Diri

1. Nama : Dini Ayu Puspita Sari
2. NIM : 2017202081
3. TTL : Purbalingga, 17 Februari 2002
4. Alamat Rumah : Desa Tetel Rt 08 Rw 04, Pengadegan, Purbalingga
5. Nama Orang Tua  
Nama Ayah : Sukandar  
Nama Ibu : Surminah
6. Email : *diniayu662@gmail.com*

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD N 1 Tetel
2. SMP : SMP N 1 Kaligondang
3. SMK : SMK N 3 Banyumas
4. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

1. Koordinator Departemen Bakat dan Minat Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Periode 2021/2022
2. Anggota Biro Bakat dan Minat Pengurus PMII Rayon FEBI Periode 2021/2022
3. Mentri Kementrian Luar Negeri Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Periode 2022/2023

