

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 17 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 17 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 18 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 20 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 23 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 23 |
| 2.1.1 Teori Perilaku Konsumen | 23 |
| 2.1.2 Teori Perilaku Konsumen Islam | 26 |
| 2.1.2 Pembiayaan Syariah | 28 |
| 2.1.3 <i>Teori Technology Acceptance Model</i> | 30 |
| 2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)..... | 34 |
| 2.1.5 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>) | 36 |
| 2.1.6 <i>Ethical Perception</i> | 37 |
| 2.1.7 <i>Religiosity</i> | 38 |
| 2.1.8 <i>Islamic Financial Literacy</i> | 40 |
| 2.1.9 <i>Financial Technology Syariah</i> | 42 |
| 2.1.10 <i>Peer to Peer Lending Syariah</i> | 45 |
| 2.1.11 Usaha Mikro dan Kecil (UMK) | 48 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 54 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.1 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> | 54 |
| 2.2.2 Variabel <i>Perceived Usefulness</i> | 56 |
| 2.2.3 Variabel <i>Ethical Perception</i> | 57 |
| 2.2.4 Variabel <i>Religiosity</i> | 58 |
| 2.2.5 Variabel <i>Islamic Financial Literacy</i> | 59 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 60 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 64 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian..... | 65 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 67 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 67 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 67 |
| 3.1.2 Definisi Operasional | 68 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 71 |
| 3.2.1 Populasi..... | 71 |
| 3.2.2 Sampel..... | 71 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 72 |
| 3.3.1 Jenis Data | 72 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 73 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 73 |
| 3.5 Skala Pengumpulan Data | 75 |
| 3.6 Metode Analisis Data..... | 75 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif | 75 |
| 3.6.2 Analisis Kuantitatif | 76 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 84 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 84 |
| 4.2 Visi dan Misi PT. Alami Fintek Sharia..... | 86 |
| 4.3 Langkah-Langkah Pengajuan Pembiayaan Syariah..... | 86 |
| 4.3 Gambaran Umum Responden | 87 |
| 4.3.1 Kriteria Responden Berlandaskan Usia | 88 |
| 4.3.2 Kriteria Responden Berlandaskan Jenis Kelamin | 89 |
| 4.3.3 Kriteria Responden Berlandaskan Jenis Usaha..... | 89 |
| 4.3.4 Kriteria Responden Berlandaskan Lama Usaha..... | 90 |
| 4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Usaha | 91 |
| 4.4 Metode Analisis Data..... | 92 |
| 4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian..... | 92 |
| 4.5 Uji Instrumen Data..... | 105 |
| 4.5.1 Uji Validitas | 105 |
| 4.5.2 Uji Reliabilitas | 108 |

| | |
|--|-----|
| 4.6 Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik | 109 |
| 4.6.1 Deteksi Normalitas | 109 |
| 4.6.2 Deteksi Multikolinearitas | 111 |
| 4.6.3 Deteksi Heteroskedastisitas | 112 |
| 4.7 Uji Hipotesis | 113 |
| 4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda | 113 |
| 4.7.2 Uji Signifikan Pengaruh Simultan (Uji-F) | 115 |
| 4.7.3 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji-T) | 116 |
| 4.7.4 Uji Koefisien Determinasi R^2 | 119 |
| 4.8 Pembahasan | 120 |
| 4.8.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> pada keputusan UMK memanfaatkan layanan pembiayaan di <i>platform</i> Alami <i>peer to peer lending</i> syariah | 120 |
| 4.8.2 Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> pada keputusan UMK memanfaatkan layanan pembiayaan di <i>platform</i> Alami <i>peer to peer lending</i> syariah | 121 |
| 4.8.3 Pengaruh <i>Ethical Perception</i> terhadap keputusan UMK memanfaatkan layanan pembiayaan di <i>platform</i> Alami <i>peer to peer lending</i> syariah | 122 |
| 4.8.4 Pengaruh <i>Religiosity</i> terhadap keputusan UMK memanfaatkan layanan pembiayaan di <i>platform</i> Alami <i>peer to peer lending</i> syariah | 123 |
| 4.8.5 Pengaruh <i>Islamic Financial Literacy</i> terhadap keputusan UMK memanfaatkan layanan pembiayaan di <i>platform</i> Alami <i>peer to peer lending</i> syariah | 124 |
| BAB V PENUTUP | 126 |
| 5.1 Kesimpulan | 126 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian | 128 |
| 5.3 Saran | 129 |
| 5.3.1 Saran Teoritis | 129 |
| 5.3.2 Saran Praktisi | 129 |
| DAFTAR PUSTAKA | 131 |
| LAMPIRAN | 143 |