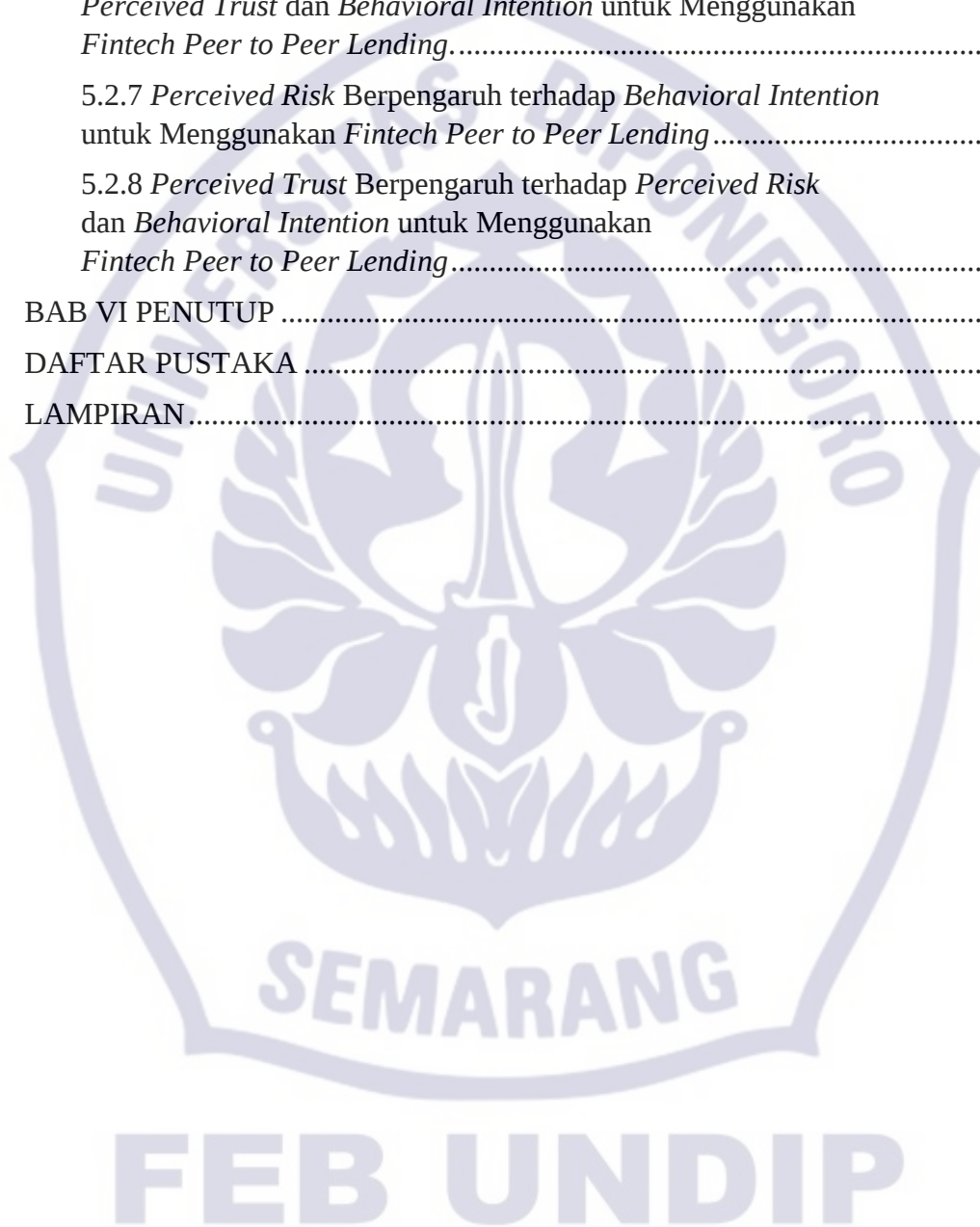


DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Penelitian	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	18
2.1 Tinjauan Teori	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen Muslim	18
2.1.2 Nilai Guna (Utiliti) dan <i>Mashlahah</i>	23
2.1.3 <i>Behavioral Intention</i> (Niat Perilaku) Penggunaan	27
2.1.4 <i>Financial Technology Peer to Peer Lending</i>	29
2.2 Tinjauan Empiris	36
2.2.1 Teori Penggunaan Teknologi Baru	36
2.2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Landasan Teori	47
2.3.1 Model <i>The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	49
2.3.2 Hubungan <i>Buying Attitude</i> dengan <i>Behavioral Intention</i>	56
2.3.3 Hubungan <i>Privacy Concern</i> dengan <i>Behavioral Intention</i>	58
2.3.4 Hubungan <i>Perceived Risk</i> dengan <i>Behavioral Intention</i>	59
2.3.5 Hubungan <i>Perceived Trust</i> dengan <i>Behavioral Intention</i>	60
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	61
2.5 Hipotesis Penelitian	65
2.5.1 <i>Performance expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	65
2.5.2 <i>Effort expectancy</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	66

2.5.3	<i>Social influence</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	67
2.5.4	<i>Hedonic motivation</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	68
2.5.5	<i>Buying Attitude</i> berpengaruh terhadap <i>perceived risk</i> , <i>perceived trust</i> dan <i>behavioral intention</i>	69
2.5.6	<i>Privacy concern</i> berpengaruh terhadap <i>perceived risk</i> , <i>perceived trust</i> dan <i>behavioral intention</i>	70
2.5.7	<i>Perceived risk</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	71
2.5.8	<i>Perceived trust</i> berpengaruh terhadap <i>perceived risk</i> dan <i>behavioral intention</i>	71
BAB III MOTODE PENELITIAN		73
3.1	Definisi Operasional Variabel	73
3.2	Jenis dan Sumber Data	80
3.3.1	Populasi.....	81
3.3.2	Sampel.....	81
3.4	Metode Pengumpulan Data	83
3.5	Teknik Analisis Data	84
3.5.1	Analisis <i>Outliers</i> dan <i>Missing Values</i>	85
3.5.2	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	85
3.5.3	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	87
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		89
4.1	Gambaran Umum FoSSEI.....	89
4.2	Gambaran Umum Responden.....	90
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		94
5.1	Hasil Analisis Data.....	94
5.1.1	Analisis model pengukuran (<i>Outer Model</i>)	94
5.2	Hasil Pembahasan.....	111
5.2.1	<i>Performance Expectancy</i> Berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	111
5.2.2	<i>Effort Expectancy</i> Berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	114
5.2.3	<i>Social Influence</i> Berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	116
5.2.4	<i>Hedonic Motivation</i> Berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	118

5.2.5 <i>Buying Attitude</i> Berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	120
5.2.6 <i>Privacy Concern</i> Berpengaruh terhadap <i>Perceived Risk</i> , <i>Perceived Trust</i> dan <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	123
5.2.7 <i>Perceived Risk</i> Berpengaruh terhadap <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	127
5.2.8 <i>Perceived Trust</i> Berpengaruh terhadap <i>Perceived Risk</i> dan <i>Behavioral Intention</i> untuk Menggunakan <i>Fintech Peer to Peer Lending</i>	130
BAB VI PENUTUP	134
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN.....	146



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Setiap Variabel.....	75
Tabel 3. 2 Panduan Penentuan Ukuran Sampel SEM-PLS Berdasarkan Cohen (1992)	82
Tabel 4. 1 Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 4. 2 Data Jumlah Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	92
Tabel 4. 3 Data Jumlah Responden Berdasarkan Rentang Usia	92
Tabel 5. 1 Hasil Uji Convergent Validity	95
Tabel 5. 2 Hasil Uji Discriminat Validity (Cross Loading).....	96
Tabel 5. 3 Evaluasi Model Fit pada Variabel Independen Performance Expectancy	97
Tabel 5. 4 Evaluasi Model Fit pada Variabel Independen Effort Expectancy.....	97
Tabel 5. 5 Evaluasi Model Fit pada Variabel Independen Social Influence.....	98
Tabel 5. 6 Evaluasi Model Fit pada Variabel Independen Hedonic Motivation.....	98
Tabel 5. 7 Evaluasi Model Fit pada Variabel Indpenden Buying Attitude.....	99
Tabel 5. 8 Evaluasi Model Fit pada Variabel Indepemden Privacy Concern	99
Tabel 5. 9 Evaluasi Model Fit pada Variabel Mediasi Perceived Risk.....	100
Tabel 5. 10 Evaluasi Model Fit pada Variabel Mediasi Perceived Trust.....	100
Tabel 5. 11 Evaluasi Model Fit pada Variabel Dependen Behavioral Intention	101
Tabel 5. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	102
Tabel 5. 13 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Nilai AVE.....	102
Tabel 5. 14 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	104
Tabel 5. 15 Hasil Analisis <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Fintech di Indonesia berdasarkan sektor	2
Gambar 1. 2 Karakteristik Pengguna Fintech Lending.....	3
Gambar 2. 1 Kurva Permintaan.....	20
Gambar 2. 2 Pergeseran Kurva Permintaan	20
Gambar 2. 3 Pendekatan marginal utiliti dan total utiliti	24
Gambar 2. 4 Corner Solution	26
Gambar 2. 5 Cara Kerja <i>Platform Fintech Peer to Peer Lending</i> di Indonesia	33
Gambar 2. 6 Pengembangan Awal Fred Davis untuk Model TAM 1985.....	37
Gambar 2. 7 Model TAM yang telah dikembangkan	37
Gambar 2. 8 Model <i>the Unified Theory of Acceptance and Utilization of Technology (UTAUT)</i>	51
Gambar 2. 9 Model UTAUT 2.....	52
Gambar 2. 10 Kerangka Konsep Penelitian	65
Gambar 5. 1 Model Struktural	103
Gambar 5. 2 <i>Structural Equation Modeling</i>	105