

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	19
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	19
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	20
1.4 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	23
2.1 Landasan Teori .....	23
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Mikro.....	23
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Manajemen.....	29
2.1.3 Teori Konsumsi Islam .....	35
2.1.4 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> .....	39
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	43
2.1.6 Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ) .....	44
2.1.7 Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> ) .....	45
2.1.8 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	47
2.1.9 Religiusitas ( <i>Religiosity</i> ) .....	50
2.1.10 Literasi Digital ( <i>Digital Literacy</i> ) .....	51
2.1.11 <i>Financial Technology</i> .....	54

	Halaman
2.1.12 <i>Peer to Peer Lending</i> .....	56
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	61
2.2.1 Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	61
2.2.2 Variabel Persepsi Kegunaan .....	62
2.2.3 Variabel Persepsi Risiko .....	63
2.2.4 Variabel Kepercayaan .....	64
2.2.5 Variabel Religiusitas .....	65
2.2.6 Variabel Literasi Digital.....	66
2.3 Penelitian Terdahulu.....	67
2.4 Kerangka Pemikiran .....	78
2.5 Hipotesis Penelitian .....	78
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>80</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	80
3.1.1 Variabel Penelitian .....	80
3.1.2 Definisi Operasional.....	81
3.2 Populasi dan Sampel .....	86
3.2.1 Populasi.....	86
3.2.2 Sampel.....	87
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	88
3.3.1 Jenis Data .....	88
3.3.2 Sumber Data.....	89
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	89
3.5 Skala Pengukuran Data .....	90
3.6 Metode Analisis Data .....	91
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	91
3.6.2 Analisis Kuantitatif .....	92
3.6.3 Uji Statistik .....	96
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>102</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	102
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	102
4.1.2 Karakteristik Responden .....	107
4.2 Analisis Data .....	116

	Halaman
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	116
4.2.2 Analisis Kuantitatif .....	121
4.2.3 Uji Statistik .....	125
4.3 Interpretasi Hasil .....	137
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan <i>Lender</i> Muslim dalam Menggunakan Layanan Pendanaan di Platform <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah .....	137
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan <i>Lender</i> Muslim dalam Menggunakan Layanan Pendanaan di Platform <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah .....	140
4.3.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan <i>Lender</i> Muslim dalam Menggunakan Layanan Pendanaan di Platform <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah.....	142
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan <i>Lender</i> Muslim dalam Menggunakan Layanan Pendanaan di Platform <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah.....	145
4.3.5 Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan <i>Lender</i> Muslim dalam Menggunakan Layanan Pendanaan di Platform <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah.....	149
4.3.6 Pengaruh Literasi Digital terhadap Keputusan <i>Lender</i> Muslim dalam Menggunakan Layanan Pendanaan di Platform <i>Peer to Peer Lending</i> Syariah.....	152
BAB V PENUTUP.....	157
5.1 Kesimpulan.....	157
5.2 Keterbatasan .....	160
5.3 Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA .....	163
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	172