

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Fintech</i> Syariah.....	17
2.1.2 Teori Investasi.....	19
2.1.3 UMKM.....	21
2.1.4 Literasi Keuangan Syariah.....	23
2.1.5 <i>Unified Theory of Acceptance Use of Technology 2</i>	25
2.1.6 Religiusitas.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3.1 Hubungan Variabel <i>Performance Expectancy</i> dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	37
2.3.2 Hubungan <i>Effort Expectancy</i> dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	38
2.3.3 Hubungan <i>Social Influence</i> dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	39
2.3.4 Hubungan <i>Facilitating Condition</i> dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	40
2.3.5 Hubungan <i>Hedonic Motivation</i> dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	41
2.3.6 Hubungan Price Value dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	41
2.3.7 Hubungan Habit dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	42
2.3.8 Hubungan Literasi Keuangan Syariah dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	43

2.3.9	Hubungan Religiusitas dengan Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	44
2.4	Kerangka Pemikiran.....	45
2.5	Hipotesis Penelitian.....	46
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Variabel Penelitian dan Deskripsi Operasional Variabel.....	48
3.1.1	Variabel Penelitian.....	48
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.2	Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1	Populasi Penelitian.....	54
3.2.2	Sampel Penelitian.....	54
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	55
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	56
3.4.1	Kuesioner.....	56
3.5	Metode Analisis.....	57
3.5.1	Analisis Kuantitatif.....	58
3.5.2	Analisis Indeks Jawaban.....	58
3.5.3	Uji Validitas.....	60
3.5.4	Uji Realibilitas.....	60
3.5.5	Analisis Regresi Logistik (Logistic Regression Analysis Model).....	61
3.5.6	Uji Statistik.....	63
BAB 4	HASIL DAN ANALISIS.....	68
4.1	Gambaran Umum <i>Fintech</i> Syariah.....	68
4.2	Gambaran Umum Responden.....	69
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
4.2.4	Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	74
4.2.5	Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	74
4.2.6	Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha.....	75
4.2.7	Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	76
4.2.8	Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Diketahui.....	77
4.2.9	Responden Berdasarkan Keputusan Niat Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah.....	78
4.2.10	Responden Alasan Pilihan “Ya” pada <i>Fintech</i> Syariah.....	78
4.2.11	Responden Berdasarkan Pilihan “Tidak” pada <i>Fintech</i> syariah.....	79
4.3	Analisis Indeks Jawaban.....	80
4.3.1	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Performance Expectancy</i>	80
4.3.2	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Effort Expectancy</i>	81
4.3.3	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Social Influence</i>	82
4.3.4	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Facilitating Condition</i>	83
4.3.5	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Hedonic Motivation</i>	84

4.3.6	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Price Value</i>	85
4.3.7	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Habit</i>	86
4.3.8	Indeks Jawaban Responden Terhadap Literasi Keuangan Syariah ...	87
4.3.9	Indeks Jawaban Responden Terhadap <i>Religiusitas</i>	87
4.4	Analisis Data	88
4.4.1	Uji Validitas	88
4.4.2	Uji Realibilitas	91
4.4.3	Analisi Regresi Logistik Biner	91
4.5	Intepretasi Hasil	99
4.5.1	Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	100
4.5.2	Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	102
4.5.3	Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	103
4.5.4	Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	105
4.5.5	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	106
4.5.6	Pengaruh <i>Price Value</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	107
4.5.7	Pengaruh <i>Habit</i> terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	108
4.5.8	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	109
4.5.9	Pengaruh Religiusitas terhadap Pengaruh Niat Perilaku Menggunakan <i>Fintech</i> Syariah pada Pelaku UMKM	111
BAB 5 PENUTUP		113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Keterbatasan	116
5.3	Saran	117
DAFTAR PUSTAKA		119
LAMPIRAN		125

FEB UNDIP