

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KENDALI PERILAKU
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(FINTECH) DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA NASABAH PERBANKAN DI KOTA JAYAPURA**

TESIS

Oleh :

**JUKRI BAHARUDDIN
NIM 200504210033**



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KENDALI PERILAKU
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
(FINTECH) DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA NASABAH PERBANKAN DI KOTA JAYAPURA**

TESIS

*Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Magister Ekonomi Syariah*

Oleh :

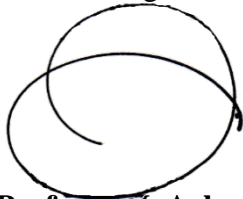
**JUKRI BAHARUDDIN
NIM 200504210033**

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul : “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kendali Perilaku Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (FINTECH) dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi pada Nasabah Perbankan di Kota Jayapura”. Setelah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Pembimbing I,



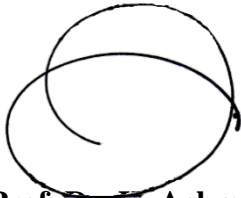
Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, M.Si
NIP. 19720212 200312 1 003

Pembimbing II,



Dr. Siswanto, M.Si
NIP. 19750906 200604 1 001

Mengetahui:
Ketua Program Studi

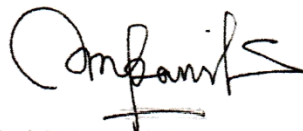


Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, M.Si
NIP. 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul : “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kendali Perilaku Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (FINTECH) dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi pada Nasabah Perbankan di Kota Jayapura”. Telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 25 Mei 2022.

Dewan Penguji,



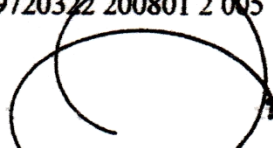
Dr. Vivin Maharani Ekowati, M.Si., MM
NIP. 19750426 20160801 2 042

Penguji Utama



Dr. Hj. Nanik Wahyuni, SE, M.Si, Ak.CA
NIP. 19720322 200801 2 005

Ketua Penguji



Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, M.Si
NIP. 19720212 200312 1 003

Anggota/ Pembimbing I



Dr. Siswanto, M.Si
NIP. 19750906 200604 1 001

Anggota/ Pembimbing II

Mengetahui
Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, Ak.
NIP. 19690303 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jukri Baharuddin
NIM : 200504210033
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul: **“Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kendali Perilaku Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (FINTECH) dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi Pada Nasabah Perbankan di Kota Jayapura”**. Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip dan dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Batu, 01 April 2022



Hormat Saya

JUKRI BAHARUDDIN
NIM. 200504210033

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya, Jukri Baharuddin Persembahkan Tesis Ini Kepada:

“Seluruh orang yang menanyakan, kapan ujian?, kapan lulus?, kapan wisuda? dan kapan balik ke Papua?”

MOTTO

“Lwako... Lwaka... Lwaki...!!!”

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokaatuh,

Syukur Alhamdulillah, Peneliti ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT. Tesis yang berjudul **“Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kendali Perilaku Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (FINTECH) dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi Pada Nasabah Perbankan di Kota Jayapura”** dapat diselesaikan dengan baik dan kiranya dapat memberikan guna serta manfaat dihari kemudian.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang, yakni *Ad-Diinul Islam*.

Banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu peneliti menyampaikan banyak terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya dengan ucapan *Jazakumullah Ahsanul Jaza'* Khususnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala fasilitas dan pelayanan yang diberikan selama peneliti menempuh studi.
2. Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. Ak., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala fasilitas dan pelayanan yang diberikan selama peneliti menempuh studi.
3. Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik

Ibrahim Malang dan juga selaku Pembimbing I, terimakasih atas pemberian motivasi, kemudahan pelayanan, kontribusi pemikiran serta saran kepada peneliti selama masa studi dan penyelesaian tesis.

4. Dr. Siswanto, M.Si., selaku pembimbing II, terimakasih telah meluangkan waktu dalam membimbing dan berdiskusi, memberikan kontribusi pemikiran, dan memberikan motivasi serta saran yang membangun kepada peneliti selama menyelesaikan tesis dan untuk bekal saat dikemudian hari.
5. Seluruh Dosen di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas ilmu, pengalaman dan motivasi yang diberikan. Semoga segala apa yang telah peneliti dapatkan bisa bermanfaat bagi umat dan barokah.
6. Seluruh Staff Administrasi Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terimakasih atas segala informasi dan kemudahan pelayanan yang diberikan.
7. Prof. Dr. H. Idrus Al-Hamid, S.Ag, M.Si., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua, terimakasih atas kesempatan, dukungan moral dan moril yang diberikan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan studi lanjut di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Dr. M. Anang Firdaus, M. Fil. I., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua beserta seluruh jajaran dosen, terimakasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama peneliti memulai dan mengakhiri studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Venice Dijianto, SE, MM., Selaku Kepala Bagian Tata Usaha pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul

Muluk Papua beserta seluruh staf akademik, terimakasih atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama peneliti memulai dan mengakhiri studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020/2021, khususnya kelas A dan terkhususnya lagi teman seperjuangan dari Papua, terimakasih telah melewati hari-hari bersama dalam studi di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
11. Baharuddin dan Jumiati, selaku kedua orang tua peneliti beserta adik-adikku, terimakasih atas dukungan doa dan materil selama studi di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
12. Seluruh pihak terkait yang telah membantu dan memberikan saran yang membangun dan bermanfaat dalam penyelesaian tesis ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga tesis dalam bentuk tulisan yang sederhana ini dapat memicu semangat bagi para peneliti muda untuk dijadikan rujukan penelitian dalam meneliti dan pembaca muda untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam ranah akademik. Terimakasih.....

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokaatuh..

Batu, 01 April 2022
Hormat Saya,

JUKRI BAHARUDDIN
NIM. 200504210033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu dan Originalitas Penelitian	8
F. Definisi Operasional Variabel	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. Landasan Teori	21
1. <i>Financial Technology (Fintech)</i>	21
2. Fintech dan Lembaga Perbankan	23
3. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	24
4. Religiusitas	27
B. Hubungan Antar Variabel	28
1. Sikap dan minat menggunakan fintech	28
2. Norma Subyektif dan minat menggunakan fintech.....	29
3. Kendali perilaku dan minat menggunakan fintech.....	30
4. Religiusitas memoderasi hubungan antara sikap, norma subyektif dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech.....	31
C. Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian	32
1. Sikap (<i>Attitude</i>)	32
2. Norma Subjektive (<i>Subjective Norm</i>)	33
3. Kendali perilaku (<i>Perceived Control Behavior</i>)	34
D. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Instrument Penelitian	39

F. Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
A. Gambaran Umum Penelitian	46
1. Karakteristik Demografi Responden	46
2. Analisis Statistik Deskriptif	49
B. Hasil Uji Analisis Data	51
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	51
a. <i>Convergent Validity</i>	51
b. <i>Diskriminan Validity</i>	52
c. <i>Composite Reliability</i>	53
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	54
3. Hasil Uji Non Responses Bias	55
4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	58
a. Hasil uji hubungan langsung hipotesis penelitian	58
b. Hasil uji pengaruh moderasi hipotesis penelitian.....	60
BAB V PEMBAHASAN	62
A. Sikap berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura	62
B. Norma subyektif berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura	64
C. Kendali perilaku berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura	65
D. Religiusitas mampu memoderasi hubungan norma subyektif serta religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan sikap dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.	67
BAB VI PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1: Pedoman Jumlah Sampel SEM	38
Tabel 3.2: Variabel, Indikator dan Item Penelitian	39
Tabel 4.1: Karakteristik Demografi Responden	46
Tabel 4.2: Hasil Statistik Deskriptif Penelitian	49
Tabel 4.3: Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	52
Tabel 4.4: Hasil Uji <i>Diskriminan Validity</i> Antar Variabel	53
Tabel 4.5: Nilai <i>Composite Reliability</i>	53
Tabel 4.6: Hasil uji model struktural (<i>inner model</i>)	54
Tabel 4.7: Nilai R-Square	55
Tabel 4.8: Hasil Uji Responses Bias (T-Test)	56
Tabel 4.9: Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Pengaruh Moderasi Hipotesis Penelitian	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Hubungan antar konstruk TPB	27
Gambar 2.2: Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1: Model Penelitian Pengujian Hubungan Langsung	59
Gambar 4.2: Model Penelitian Pengujian Pengaruh Moderasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	81
Lampiran 2: Tabulasi Data	85
Lampiran 3: Uji Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	93
Lampiran 4: Uji Model Struktural (<i>inner model</i>)	94
Lampiran 5: Uji Respon Bias	95
Lampiran 6: Uji Hipotesis Penelitian	96
Lampiran 7: Penyebaran Kuisisioner	98

ABSTRAK

Baharuddin Jukri, 2022 “Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kendali Perilaku terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (FINTECH) dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Nasabah Perbankan di Kota Jayapura”

Pembimbing : (1) Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
(2) Dr. Siswanto, M.Si

Kata Kunci : Sikap, Norma Subyektif, Kendali Perilaku, Teknologi Keuangan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subyektif dan kendali perilaku dalam teori perilaku terencana terhadap minat menggunakan fintech dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data dengan kuisioner yang disebarkan kepada 240 responden yang pernah atau sedang menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif dan kendali perilaku mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech di Kota Jayapura. Sementara itu, religiusitas mampu memoderasi (memperlemah) hubungan antara norma subyektif dan minat. Adapun untuk hubungan antara sikap, kendali perilaku dan minat tidak dimoderasi oleh religiusitas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan nasabah perbankan dapat meningkatkan penilaian positif terhadap fintech dan dapat memanfaatkan sosial media dan kolaborasi dengan influencer dalam meningkatkan intensi minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

Kata Kunci : Sikap, Norma Subyektif, Kendali Perilaku, Teknologi Keuangan

ABSTRACT

Baharuddin Jukri, 2022 “The Influence of Attitudes, Subjective Norms and Behavioral Controls on Intention to Using Financial Technology (FINTECH) with Religiosity as a Moderating Variable in Banking Customers in Jayapura City”

Pembimbing : (1) Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
(2) Dr. Siswanto, M.Si

Kata Kunci : *Attitude, Subjective Norm, Behavioral Control, Financial Technology*

The purpose of this study was to determine the effect of attitudes, subjective norms and behavioral control in the theory of planned behavior on the intention in using fintech with religiosity as a moderating variable in banking customers in Jayapura City. The research method used is quantitative with explanatory research to prove the truth of the research hypothesis. Data collection techniques using questionnaires distributed to 240 respondents who have or are currently using fintech at banking customers in Jayapura City.

The results showed that attitudes, subjective norms and behavioral control had a significant and positive influence on intention in using fintech in Jayapura City. Meanwhile, religiosity is able to moderate (weaken) the relationship between subjective norms and intentions. As for the relationship between attitudes, behavioral control and intention is not moderated by religiosity in this study. Based on the research results, it is expected that banking institutions can increase positive assessments of fintech and can take advantage of social media and collaboration with influencers in increasing intention in using fintech in banking customers in Jayapura City.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Behavioral Control, Financial Technology

الملخص

بحار الدين جوكري، 2022 "تأثير المواقف والمعايير الذاتية والضوابط السلوكية على إرادة استخدام التكنولوجيا المالية (FINTECH) مع التدين كمتغير معتدل في المؤسسات لمصرفية بمدينة جايبورا"
المشرف: (1) الأستاذ الدكتور الحاج أحمد ساني سوفريانتو الماجستير
(2) الأستاذ الدكتور سسوانتو الماجستير
الكلمات المفتاحية: المواقف، المعايير الذاتية، الضوابط السلوكية، التكنولوجيا المالية

الهدف من هذا البحث هو معرفة تأثير المواقف والمعايير الذاتية والضوابط السلوكية في نظرية السلوك المخطط على إرادة استخدام التكنولوجيا المالية (FINTECH) مع التدين كمتغير معتدل في المؤسسات المصرفية بمدينة جايبورا. وأما الأسلوب المستخدم من هذا البحث هي المدخل الكمي على شكل البحث التوضيحي لإثبات صحة فرضية البحث. طريقة جمع البيانات باستخدام الاستبيانات الموزعة على 240 مستجيباً لديهم الذين يستخدمون التكنولوجيا المالية في المؤسسات المصرفية بمدينة جايبورا حالياً كانت أم ماضياً.

أظهرت نتائج البحث أن المواقف والمعايير الذاتية والضوابط السلوكية لها تأثير معنوي وإيجابي على إرادة استخدام التكنولوجيا المالية (FINTECH) مع التدين كمتغير معتدل في المؤسسات المصرفية بمدينة جايبورا. وفي نفس الوقت، اقتدر التدين على إعتدال العلاقة بين المعايير الذاتية والإرادة. أما بنسبة العلاقة بين المواقف، أن الضوابط السلوكية والإرادة لا يعتدلها التدين في هذا البحث. بناءً على نتائج البحث، من المتوقع أن تزيد المؤسسات المصرفية التقييمات الإيجابية للتكنولوجيا المالية ويمكنها الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والتعاون مع المؤثرين في إنماء إرادة استخدام التكنولوجيا المالية في المؤسسات المصرفية بمدينة جايبورا.

الكلمات المفتاحية: المواقف، المعايير الذاتية، الضوابط السلوكية، التكنولوجيا المالية

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekspansi ekonomi di negara Indonesia yang pesat tidak hanya merambah sektor ekonomi, tetapi juga bisnis keuangan. Maraknya *financial technology* (fintech) menjadi indikasinya. *fintech* merupakan bentuk inovasi dalam bidang jasa keuangan yang mengacu pada penerapan teknologi modern (*National Digital Research Centre, 2021*). Inovasi keuangan bertujuan untuk mengenalkan bentuk kepraktisan, kenyamanan, kemudahan akses dan biaya ekonomis (Clayton, 2017).

Kehadiran *fintech* dilatarbelakangi adanya masalah dalam masyarakat yang sulit mendapatkan pelayanan dari lembaga perbankan dikarenakan berbagai kendala yang terjadi. Misalnya saja, industri perbankan menerapkan peraturan yang sangat ketat untuk dapat menggunakan produk dan jasa perbankan serta keterbatasan jangkauan dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat di daerah tertentu dikarenakan jarak yang sulit dijangkau. Hal ini pun dapat berdampak pada perkembangan ekonomi yang tidak merata (Ansori, 2019)

Akan tetapi jika melihat potensi ekonomi digital di Indonesia sangatlah besar dan harus dikembangkan. Inovasi keuangan dalam bentuk *fintech* ini pun telah berkembang dalam berbagai sektor, mulai dari sektor peminjaman (*lending*), pembiayaan (*crowdfunding*) dan pembayaran (*Payment*) (Finansialku.com). Kemudian ditahun 2020 model bisnis baru *fintech* mulai bermunculan tidak hanya sebatas pada distribusi peminjaman dan pembayaran

saja tetapi mulai adanya *equity crowdfund, robo-advisory, insurtech, investment platform* (fintech.id).

Perkembangan *fintech* di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 2006. Adapun sejak berdirinya Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) di tahun 2016 berhasil memperoleh kepercayaan masyarakat terhadap *fintech* menjadi meningkat. Berdasarkan data yang diperoleh, *fintech* berhasil tumbuh sebesar 78% dalam kurung waktu 2006 sampai dengan 2020 dengan tercatatnya 140 perusahaan *fintech* dan termasuk industri perbankan pada Otoritas Jasa Keuangan (fintech.id).

Selain berkembang secara nasional, *fintech* juga mengalami perkembangan secara regional pada berbagai provinsi di Indonesia, salah satu yang terjadi ialah di provinsi Papua. Adolf Victor Simanjuntak Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Papua dan Papua Barat, menyatakan perkembangan *fintech* P2P telah memperlihatkan peningkatan yang signifikan dalam intermediasi keuangan dengan jumlah rekening pemberi pinjaman dan peminjam. Adapun perhitungan jumlah dana yang berhasil dihimpun sebesar 4,94 miliar dan jumlah dana yang disalurkan 27,55 miliar di tahun 2021 (Arul, 2021)

Aspek penting dalam pertumbuhan dan perkembangan *fintech* saat ini adalah perilaku menggunakan *fintech* dikalangan masyarakat. Perilaku menggunakan *fintech* dipengaruhi oleh minat menggunakan teknologi. Minat seseorang individu dalam melakukan perilaku akan menentukan dilakukan atau tidaknya perilaku tersebut (Primasari, 2018). Dimana, semakin tinggi minat menggunakan *fintech* maka akan membuat perilaku untuk menggunakan *fintech*

menjadi terwujud adanya. Maka untuk itulah diperlukan skema yang dapat membahas minat menggunakan *fintech* di kalangan masyarakat.

Theory of Planned Behavior (TPB) digunakan peneliti untuk mengkaji dan menganalisis minat masyarakat dalam menggunakan teknologi *fintech* pada lembaga keuangan di Kota Jayapura. Pada tahun 1989, Ajzen mengembangkan model ini sebagai model penelitian yang dimana model penelitian yang paling banyak digunakan. Sementara itu, teori ini merupakan penyempurnaan dari teori sebelumnya yaitu *Theory Reasoned Action* (TRA) yang mencakup perilaku individu dalam mengambil keputusan yang juga dikembangkan oleh Ajzen.

Penggunaan teori TPB ditujukan untuk menguji dan menganalisis minat menggunakan *fintech* di kalangan masyarakat secara langsung yang ditinjau dari sikap, norma subyektif, kendali perilaku yang nantinya akan mempengaruhi minat menggunakan *fintech* dan selanjutnya akan mempengaruhi perilaku menggunakan *fintech* di kalangan masyarakat. Selain itu juga peneliti ingin menguji dan menganalisis skema penelitian pengaruh moderasi terhadap minat menggunakan *fintech* dengan melihat hasil pengaruh memperkuat atau memperlemah. Untuk itu religiusitas (REL) digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini.

Sikap ialah ketika seseorang akan melakukan tindakan yang akan ditentukan, sikapnya adalah positif atau negatif. "*an individual's positive or negative feelings about performing the target behavior*" (Davis, 1989). Kesan keuntungan positif atau negatif saat mengadopsi *fintech* dalam kehidupan sehari-hari disebut sebagai sikap dalam penelitian ini. Akibatnya, jika sikap

yang dicerminkan dalam persepsi manfaat semakin tinggi, maka perilaku minat untuk menggunakan fintech di Kota Jayapura juga semakin tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini sikap dapat dipandang sebagai penentu yang mendasari minat individu dalam menggunakan fintech. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa sikap memiliki dampak positif yang besar terhadap minat mengadopsi/menggunakan teknologi. (Gupta & Arora, 2017; Ng & Kwok, 2017). Adapun secara empiris terdapat pengaruh positif sikap terhadap minat perilaku (Deb & Lomo-David, 2014). Selain itu ditemukan juga bahwa sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi pada bidang perbankan (Aboelmaged & Gebba, 2013; Lin, 2011; A. A. Shaikh & Karjaluo, 2015).

Norma subyektif mengacu pada pendapat atau pandangan individu tentang perspektif orang lain, yang menentukan apakah dia ingin berpartisipasi dalam kegiatan yang sedang dibahas atau tidak. Unsur-unsur sosial seperti keluarga, teman dekat, dan orang-orang di lingkungan terdekat seseorang mempengaruhi norma subjektif. Dalam hal ini, masyarakat yang telah menggunakan *fintech* dan mendapatkan manfaatnya akan mempengaruhi keluarga, teman dekat dan orang-orang di sekitar mereka untuk menggunakan *fintech* juga baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian menemukan bahwa norma subyektif mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *fintech* pada kehidupan masyarakat (Belanche et al., 2012, 2019; Setiawan et al., 2020). Norma subjektif juga berdampak pada minat memanfaatkan e-money, menurut penelitian lain (Aji et al., 2020), serta minat bersedekah dan berinfaq melalui *fintech* dipengaruhi oleh norma subyektif (Kharisma & Putri, 2020). Selanjutnya, beberapa temuan studi menunjukkan bahwa norma subjektif

memiliki dampak kecil pada keinginan untuk menggunakan uang elektronik di masyarakat perkotaan (Ayudya & Wibowo, 2018). Adapun pada masa Covid-19, norma subjektif tidak banyak berpengaruh pada keinginan warga Jayapura untuk memanfaatkan *cashless*. (Jukri Baharuddin, 2021)

Kendali perilaku adalah ukuran seberapa mudah atau sulit bagi mereka untuk melakukan perilaku tertentu. Adapun dalam penelitian ini dijelaskan bahwa kendali perilaku dengan mempremsikan kemudahan dan kesulitan dalam menggunakan *fintech*. Menurut penelitian, kendali perilaku memiliki dampak yang kuat dan menguntungkan terhadap keinginan untuk menggunakan *fintech* syariah (Niswah et al., 2019) serta minat dalam penggunaan e-coupon (Kang et al., 2010). Selain itu juga hasil penelitian berbeda menunjukkan bahwa kontrol perilaku tidak mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik pada masyarakat pedesaan (Ayudya & Wibowo, 2018)

Religiusitas adalah karakteristik keagamaan yang dihayati oleh seseorang didalam hatinya. Makna agama diekspresikan dalam berbagai bagian, yang kesemuanya harus diselesaikan sebagai petunjuk bagaimana menjalani hidup dengan baik agar umat manusia dapat menikmati dunia dan akhirat (Karim, 2011). Selain itu religiusitas juga sebagai sejauh mana seseorang mengabdikan dirinya pada agama yang dianutnya dalam karakter dan perilakunya (Sungkar, 2010). Internalisasi prinsip-prinsip agama dalam diri seseorang sering disebut sebagai religiusitas (Aviyah & Farid, 2014). Penelitian menemukan bahwa religiusitas memoderasi secara negatif terhadap minat menggunakan *fintech* (Noor Adiyati, 2020). Selain itu ditemukan juga bahwa religiusitas mampu memoderasi secara positif terhadap minat menggunakan *fintech* (Putri, 2020).

Peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian berdasarkan uraian sebelumnya dengan judul penelitian “pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat menggunakan *financial technology* (fintech) dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada lembaga perbankan di Kota Jayapura”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura?
2. Apakah norma subyektif berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura?
3. Apakah kendali perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura?
4. Apakah religiusitas memoderasi pengaruh sikap, norma subyektif, dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh sikap terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.
2. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh norma subyektif terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.
3. Untuk menguji dan menganalisa pengaruh kendali perilaku terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

4. Untuk menguji dan menganalisa religiusitas mampu memoderasi pengaruh sikap terhadap teknologi, norma subyektif, dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan *fintech* pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, diantaranya yaitu:
 - a. Dapat berpartisipasi dan berbagi ide dalam materi akseptabilitas sistem keuangan berbasis digital di Jayapura, Provinsi Papua.
 - b. Adanya bukti empiris serta penjelasan secara empiris terkait dengan minat menggunakan *fintech* pada masyarakat di Kota Jayapura.
 - c. Temuan penelitian ini dapat berkontribusi pada kekayaan ilmiah teori perilaku terencana dan agama, serta analisis data menggunakan *partial least square – structural equation model* (PLS-SEM).
2. Manfaat praktis, diantaranya yaitu:
 - a. Dapat menjadi bahan masukan dan informasi bagi para pengambil kebijakan pada perusahaan *fintech* untuk dapat meningkatkan minat menggunakan *fintech* pada masyarakat dengan memperhatikan sikap, norma subyektif, kendali perilaku serta religiusitas.
 - b. Selain itu dapat dijadikan sebuah referensi bagi masyarakat yang akan menggunakan *fintech* sehingga dapat menambah wawasan serta informasi dalam memilih untuk menggunakan *fintech*.
3. Penelitian ini akan menghasilkan artikel penelitian yang akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah internasional dan nasional yang bereputasi.

E. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

Penelitian sebelumnya diperlukan untuk menentukan orisinalitas dan posisi penelitian. Berdasarkan hasil penelusuran peneliti, ditemukan adanya sejumlah penelitian yang memiliki persamaan dan perbedaan signifikansi penelitian, sehingga memungkinkan peneliti untuk menentukan jenis pengembangan dalam penelitian ini. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Jukri Baharuddin (2021), "*Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19*". Data menunjukkan bahwa keyakinan, sikap, dan kontrol perilaku semuanya memiliki peran dalam minat warga Kota Jayapura untuk menggunakan cashless selama wabah Covid-19. Sementara itu, norma subjektif tidak ada kaitannya dengan minat warga Kota Jayapura untuk menjadi cashless selama wabah Covid-19. Ketika variabel religiusitas, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku digabungkan, uji simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 (Jukri Baharuddin, 2021).
2. Novi Puspitasari dkk (2021), "*Student Investment Interest in Sharia Fintech*". Hasil penelitian menunjukkan sikap dan norma subjektif memiliki dampak yang menguntungkan pada minat investasi siswa di fintech Islam, menurut temuan tersebut. Sementara studi kontrol perilaku menunjukkan dampak yang merugikan pada antusiasme mahasiswa dalam investasi fintech syariah (Puspitasari et al., 2021).
3. Ferinaldy (2019), "*Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kendali Perilaku dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik (Studi Empris*

Pada Mahasiswa Universitas YARSI”). Hasil pengaruh langsung, tidak langsung dan total menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel minat perilaku terhadap perilaku; pengaruh yang positif dan signifikan variabel sikap terhadap perilaku melalui variabel minat perilaku; pengaruh yang positif dan signifikan variabel Norma Subjektif terhadap perilaku melalui variabel minat perilaku; pengaruh yang positif dan signifikan variabel Kendali Perilaku terhadap perilaku mahasiswa melalui variabel minat perilaku; pengaruh yang positif dan signifikan variabel Religiusitas terhadap perilaku mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik melalui variabel minat perilaku (Ferinaldy, 2019).

4. Muhammad Abdul Adib dkk (2019), “*The Influence of Theory Planned Behavior, Religion and Halal Certification on Consumers’ Purchase Intention of Halal Food at Restaurant in Subang Jaya*”. Penelitian ini berfokus pada investigasi minat beli makanan halal pada restoran di Subang Jaya. Dengan memanfaatkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan sertifikasi agama dan Halal dalam kerangka teori, data dikumpulkan dari 323 responden Muslim dan Non-Muslim yang makan di restoran di Subang Jaya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli responden Muslim dan Non-Muslim dalam membeli makanan halal di restoran di Subang Jaya dipengaruhi oleh sikap dan agama sedangkan sertifikasi halal memiliki pengaruh paling rendah (Abdul et al., 2019).
5. Last Mazambani and Emmanuel Mutambara (2019), “*Predicting FinTech innovation adoption in South Africa: the case of cryptocurrency*”. Menunjukkan bahwa sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan berdampak

positif pada minat untuk mengadopsi cryptocurrency. Norma subjektif menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan (Mazambani & Mutambara, 2020).

6. Imran Mehboob Shaikh dkk (2019), "*Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model*". Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penerimaan layanan FinTech Islam ditentukan oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan juga oleh variabel lain, yaitu inovasi konsumen (CI). Sebaliknya faktor lain, self-efficacy dan norma subjektif ditemukan tidak berpengaruh dalam menentukan penerimaan FinTech Syariah oleh pengguna perbankan syariah (I. M. Shaikh et al., 2020).
7. Farokhah Muzayinatun Niswah dkk (2019), "*Muslim millennial's intention of donating for charity using fintech platform*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Towards Usage* (ATU), *Attitude Towards Usage* (ATU) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI), *Perceived Usefulness* (PU). *Subjective Norm* (SN) dan *Perceived Behavioral Control* (PBC) berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention* (BI). Secara keseluruhan, fintech meningkatkan minat muslim milenial untuk berdonasi dengan mudah dan hampir semua responden mengetahui tentang fintech, bahkan tidak semua menggunakan fintech untuk berdonasi. Penelitian ini memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis (Niswah et al., 2019).

8. Mohammad Iranmanesh dkk (2019), "*Muslims' willingness to pay for certified halal food: an extension of the theory of planned behavior*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperluas teori perilaku terencana (TPB), bila diperluas dengan identitas diri dan komitmen agama (RC), dan mampu memprediksi kesediaan konsumen untuk membayar (WP) untuk makanan halal bersertifikat. Survei terhadap 277 konsumen Muslim di Malaysia dilakukan dan data cross-sectional dianalisis menggunakan teknik kuadrat terkecil parsial. Hasil penelitian menunjukkan sikap (ATT) dan identitas diri agama (RSI) ditemukan memiliki dampak positif pada WP untuk makanan halal bersertifikat. Selain itu, RC memiliki efek positif pada ATT dan RSI dan memiliki efek moderasi positif pada hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan WP (Iranmanesh et al., 2020).
9. Alfalia Citra Ayudya dan Amin Wibowo (2018), "*The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control*". Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum bahwa variabel sikap terhadap perilaku serta kontrol perilaku perseptif berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik sedangkan norma subjektif tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat. Namun khusus untuk responden yang tinggal di desa, variabel norma subjektif justru mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik, sedangkan variabel kontrol perilaku perseptif tidak berpengaruh terhadap minat. *Locus of Control* (LOC) tidak terbukti memoderasi variabel-variabel yang ada dalam *Theory of Planned Behavior* dengan tujuan penggunaan uang elektronik (Ayudya & Wibowo, 2018).

10. Mohammed Hersi Warsame dan Edward Mughambi Ileri (2018), *“Moderation effect on mobile microfinance services in Kenya: An extended UTAUT model”*. Penelitian ini menyelidiki interaksi antara berbagai moderator yang mempengaruhi minat perilaku kelompok sasaran ini. penelitian ini menemukan bahwa gender memoderasi efek dari harapan kinerja dan harapan usaha pada minat perilaku. Demikian pula, dampak keyakinan agama juga moderat pada minat perilaku. Interaksi antara minat perilaku, usia, dan jenis kelamin mempengaruhi perilaku penggunaan layanan pinjaman M-Shwari (Warsame & Ileri, 2018).
11. Mohsen Akbari dkk (2018), *“Islamic symbols in food packaging and purchase intention of Muslim consumers”*. Hasil penelitian mengungkapkan dampak positif simbol Islam dalam kemasan makanan pada minat beli konsumen Muslim. Namun, efek ini dikonfirmasi mengenai orang-orang dengan religiusitas tinggi. Temuan menunjukkan bahwa simbol agama dalam kemasan meningkatkan nilai simbolis agama yang dirasakan produk di antara pelanggan dengan religiusitas tinggi (Akbari et al., 2018).
12. Abubakar U. Farouk dan Kamil Md Idris and Ram Al Jaffri Bin Saad (2017), *“Moderating role of religiosity on Zakat compliance behavior in Nigeria”*. Hasil mengungkapkan kesesuaian TRA dan PLS-SEM dalam studi minat perilaku *Zakat Employment Income (ZEI)* di negara berkembang. Semua hubungan langsung yang dihipotesiskan didukung di satu sisi. Di sisi lain, salah satu dari dua hubungan tidak langsung, norma subjektif dan minat perilaku yang dimoderasi oleh religiusitas didukung,

tetapi tes lain untuk efek moderasi religiusitas pada hubungan antara sikap dan minat perilaku tidak didukung (Farouk et al., 2018).

13. Reham I. Elseidi (2017), *“Determinants of halal purchasing intentions: evidences from UK”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TPB adalah model yang valid untuk memprediksi minat konsumen Muslim untuk membeli produk makanan berlabel halal. Temuan mengungkapkan bahwa bagi konsumen dengan religiusitas Islam tinggi dan rendah, norma subjektif adalah penentu paling berpengaruh dari minat mereka untuk membeli produk makanan berlabel halal (Elseidi, 2018).
14. Nurul Aqila Hasbullah dkk (2016), *“The Relationship of Attitude, Subjective Norm and Website Usability on Consumer Intention to Purchase Online: An Evidence of Malaysian Youth”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja berhubungan secara signifikan yang terdiri dari sikap, norma subjektif dan kegunaan website. Selanjutnya, temuan penelitian menegaskan bahwa kegunaan situs web dianggap sebagai faktor yang paling penting, sedangkan variabel lain memiliki pengaruh moderat terhadap minat konsumen untuk berbelanja online. Temuan penelitian ini dapat bermanfaat bagi industri bisnis online, khususnya bagi pengecer online dalam menarik dan mempertahankan pelanggan (Hasbullah et al., 2016).
15. Kamarudin Ambak, dkk (2016), *“Behavioral Intention to Use Public Transport Based on Theory of Planned Behavior”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Attitude terhadap angkutan umum merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan dengan Subjective Norm dan Perceived Behavior Control yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan bus

umum. Mayoritas responden setuju bahwa mereka lebih suka menggunakan bus umum karena murah untuk bepergian dan tidak ada pilihan moda transportasi lain (Ambak et al., 2016).

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Jenis, Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Originalitas Penelitian
1.	Jurnal, Jukri Baharuddin (2021), "Pengaruh religiusitas dan perilaku terencana terhadap minat menggunakan cashless pada masyarakat kota jayapura dimasa covid-19".	Terdapatnya sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan religiusitas untuk memprediksi pengaruh langsung terhadap minat masyarakat Kota Jayapura menggunakan cashless dimasa Covid-19	Tidak terdapatnya uji moderasi serta tidak menggunakan analisis data SEM-PLS	Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh sikap, norma subyektif dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech adapun religiusitas sebagai variabel moderasi. Objek penelitian ini adalah masyarakat Kota Jayapura yang sedang atau pernah mengetahui dan menggunakan fintech. Analisis data dilakukan dengan PLS-SEM. Selanjutnya dalam penelitian ini juga
2.	Proceding ICOMBEST 2021, Novi Puspitasari dkk, " <i>Student Investment Interest in Sharia Fintech</i> ".	Terdapatnya sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku untuk memprediksi pengaruh langsung terhadap minat investasi mahasiswa di fintech syariah	Tidak adanya variabel religiusitas dan uji moderasi	
3.	Tesis, Ferinaldy (2019), "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kendali Perilaku dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik (Studi Empris Pada Mahasiswa Universitas YARSI)"	Adanya pengaruh sikap dan norma subjektif, serta kontrol perilaku dan religiusitas terhadap niat menggunakan uang elektronik	Pengujian variabel mediasi dilakukan dalam penelitian ini	
4.	Jurnal, Muhammad Abdul Adib dkk	Adanya variabel sikap yang	Tidak terdapatnya variabel moderasi	

	(2019), <i>“The Influence of Theory Planned Behavior, Religion and Halal Certification on Consumers’ Purchase Intention of Halal Food at Restaurant in Subang Jaya”</i> .	digunakan dalam penelitian ini serta bertujuan meneliti terkait dengan minat dalam hal ini minat untuk membeli makanan halal pada Resutaurant di Subang Jaya	dalam penelitian ini	dilakukan uji PLS-MGA dengan menggunakan karakteristik responden untuk melihat kekokohan hasil penelitian sebelumnya.
5.	Jurnal, Last Mazambani and Emmanuel Mutambara (2019), <i>“Predicting FinTech innovation adoption in South Africa: the case of cryptocurrency”</i> .	Terdapatnya sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku untuk memprediksi pengaruh langsung terhadap minat untuk mengadopsi cryptocurrency	Tidak adanya variabel religiusitas dan uji moderasi	
6.	Jurnal, Imran Mehboob Shaikh dkk (2019), <i>“Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model”</i> .	Adanya norma subyektif yang diprediksi mempengaruhi minat penerimaan Fintech syariah pada nasabah bank syariah	Tidak adanya variabel sikap, kontrol perilaku dan religiusitas	
7.	Jurnal, Farokhah Muzayinatun Niswah dkk (2019), <i>“Muslim millennial’s intention of donating for charity using fintech platform”</i> .	Sikap, standar subjektif, dan kontrol perilaku semuanya diantisipasi untuk mempengaruhi minat perilaku dan analisis data saat menggunakan SEM-PLS.	Adanya penambahan teori TAM pada variabel independen yang diprediksi mempengaruhi minat perilaku millennial muslim berdonasi melalui fintech	
8.	Jurnal, Mohammad Iranmanesh dkk (2019), <i>“Muslims’ willingness to pay for certified halal food:</i>	Dalam penelitian ini menjadikan religiusitas sebagai variabel moderasi	Tidak adanya uji moderasi terhadap hubungan sikap dan prediksi membayar	

	<i>an extension of the theory of planned behavior".</i>		makanan halal serta adanya tambahan variabel identitas diri
9.	Jurnal, Alfalia Citra Ayudya dan Amin Wibowo (2018), " <i>The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control</i> ".	Adanya sikap dan norma subyektif serta kontrol perilaku untuk menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan e-money	Adanya bentuk pengembangan teori yang digunakan dengan menambahkan Locus of control sebagai variabel moderasi
10.	Jurnal, Mohammed Hersi Warsame dan Edward Mughambi Ileri (2018), " <i>Moderation effect on mobile microfinance services in Kenya: An extended UTAUT model</i> ".	Adanya uji moderasi untuk melihat peran usia, jenis kelamin, keyakinan agama, kepercayaan dan pengaruh sosial terhadap minat perilaku pedagang menggunakan layanan pinjaman M-Shwari	Tidak adanya variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dalam penelitian ini.
11.	Jurnal, Mohsen Akbari dkk (2018), " <i>Islamic symbols in food packaging and purchase intention of Muslim consumers</i> ".	Dalam penelitian ini menjadikan religiusitas sebagai variabel moderasi untuk melihat efeknya symbol islam terhadap minat beli konsumen muslim.	Tidak adanya variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dalam penelitian ini.
12.	Jurnal, Abubakar U. Farouk dan Kamil Md Idris and Ram Al Jaffri Bin Saad (2017), " <i>Moderating role of religiosity on Zakat compliance behavior in Nigeria</i> ".	Adanya pengujian moderasi untuk variabel religiusitas serta menggunakan analisis data PLS-SEM	Dalam penelitian ini menggunakan Theory Reason Action (TRA)
13.	Jurnal, Reham I. Elseidi (2017), " <i>Determinants of halal purchasing</i> ".	Adanya pengujian moderasi untuk variabel religiusitas pada	Objek penelitian menggunakan konsumen muslim

	<i>intentions: evidences from UK”.</i>	sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat konsumen muslim membeli produk makanan berlabel halal.		
14.	Jurnal, Nurul Aqila Hasbullah dkk (2016), <i>“The Relationship of Attitude, Subjective Norm and Website Usability on Consumer Intention to Purchase Online: An Evidence of Malaysian Youth”.</i>	Adanya sikap dan norma subyektif untuk menjelaskan pengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja online	Adanya penambahan variabel kegunaan situs web dalam penelitian ini	
15.	Jurnal, Kamarudin Ambak, dkk (2016), <i>“Behavioral Intention to Use Public Transport Based on Theory of Planned Behavior”</i>	Adanya sikap dan norma subyektif serta kontrol perilaku untuk menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan bus umum	Tidak adanya variabel moderasi	

Sumber : diolah peneliti, 2022

F. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel bebas/ independen (X)

Variabel bebas (*independent variables*) merupakan variabel yang menyebabkan variabel terikat (Supriyanto & Ekowati, 2019). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel, sebagai berikut:

a. Sikap (X1)

Sikap adalah ketika seseorang harus melakukan tindakan yang akan ditentukan, sikapnya adalah positif atau negatif (Davis, 1989). Selain itu dalam penelitian ini dijelaskan bahwa sikap merupakan suatu bentuk persepsi positif atau negatif dari masyarakat jika menggunakan fintech.

Sikap merupakan salah satu komponen dari TPB yang merupakan variabel yang tidak terlihat sehingga memerlukan penggunaan indikator pernyataan dalam penilaiannya. indikator pernyataan dalam penelitian ini dipilih dari empat indikator pernyataan yang dikembangkan (Taylor & Todd, 1995).

b. Norma subyektif (X2)

Norma subjektif adalah gambaran atau perspektif seseorang terhadap pendapat orang lain yang mempengaruhi keinginannya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Norma subjektif dalam penelitian ini merupakan jenis perilaku individu dalam memanfaatkan fintech yang dipengaruhi oleh pandangan orang sekitar terhadap penggunaan fintech pada lembaga perbankan. Norma subjektif merupakan komponen dari faktor TPB, yaitu variabel yang tidak terlihat sehingga perlu digunakan indikator pernyataan untuk diukur. indikator pernyataan dalam penelitian ini dipilih dari dua indikator pernyataan yang dikembangkan (Taylor & Todd, 1995).

c. Kendali perilaku (X3)

Kendali perilaku didefinisikan sebagai persepsi atas konstruk-konstruk internal dan eksternal dari perilaku (Taylor & Todd, 1995). Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa kendali perilaku merupakan bentuk kemudahan dalam mengakses suatu teknologi. Kendali perilaku adalah bagian dari faktor TPB yang merupakan variabel tak terlihat sehingga memerlukan indikator pernyataan dalam pengukurannya.

indikator pernyataan dalam penelitian ini diadopsi dari tiga item pertanyaan yang dikembangkan (Taylor & Todd, 1995).

2. Variabel terikat/ dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang berasal dari interaksi faktor lain (Supriyanto & Ekowati, 2019). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menggunakan fintech di Kota Jayapura. Minat menggunakan fintech adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku menggunakan fintech.

Karena minat perilaku merupakan komponen dari faktor TPB yang merupakan variabel yang tidak terlihat, maka harus diukur dengan menggunakan Indikator pernyataan. Terdapat tiga pertanyaan dikembangkan untuk digunakan dalam penelitian ini. (Taylor & Todd, 1995).

3. Variabel moderasi (Z)

Hubungan antara variabel bebas dan terikat akan diperkuat atau diperlemah oleh faktor pemoderasi. Religiusitas adalah variabel moderasi penelitian, religiusitas adalah keyakinan, penghayatan, pengalaman, pengetahuan, dan penyembahan seorang individu terhadap kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia di dunia dan di akhirat, yang digunakannya dalam kehidupan sehari-hari sebagai pengakuan terhadap kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia di dunia ini. Sehingga dalam penelitian religiusitas merupakan bentuk keyakinan individu atas agama yang dianutnya dan dicerminkan melalui perilaku dalam menggunakan fintech.

Dimensi religiusitas berikut digunakan dalam penelitian ini: *religion meaning* (kebermaknaan hidup dalam beragama), *values* (agama sebagai sebuah nilai), *beliefs* (meyakini ajaran agama), *forgiveness* (memafkan), *private religious practices* (melakukan ibadah secara menyendiri), *religious/spiritual coping* (agama digunakan untuk mengatasi masalah), dan *religious support* (dukungan dari penganut sesama agama) (Fetzer, 1999).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Financial Technology (Fintech)

Fintech atau teknologi keuangan, adalah bidang dinamis pada pertemuan industri jasa keuangan dan teknologi, di mana perusahaan rintisan yang berfokus pada teknologi dan pendatang pasar baru meningkatkan barang dan jasa industri jasa keuangan tradisional (Coopers, 2016).

Istilah fintech pertama kali digunakan pada awal 1990-an ketika diperkenalkan di bawah Konsorsium Teknologi Jasa Keuangan, yang dimulai oleh Citicorp untuk merangsang kolaborasi teknologi (Romanova & Kudinska, 2016). Fintech mengacu pada pasar baru yang memadukan uang dan teknologi (Arner et al., 2015) dengan demikian, struktur keuangan lama digantikan oleh prosedur berbasis teknologi digital yang baru (Romanova & Kudinska, 2016).

Fintech menghadirkan solusi baru yang menunjukkan bagaimana sektor jasa keuangan mengembangkan aplikasi, proses, produk, dan model bisnis baru (Wijayanti & Pradipta, 2017). Inovasi fintech muncul setelah krisis keuangan global tahun 2008, menggabungkan *e-finance*, teknologi internet, layanan jejaring sosial, media sosial, kecerdasan buatan (AI), dan analitik data besar (I. Lee & Shin, 2018).

Saat ini, Fintech telah mengubah lanskap keuangan dengan memfasilitasi penerapan data besar dan algoritme kompleks untuk

pengambilan keputusan keuangan. Ilmu data telah memberi lembaga keuangan kekuatan untuk mengolah sejumlah besar data untuk membangun model manajemen aset untuk mendapatkan pengembalian yang disesuaikan dengan risiko yang lebih tinggi untuk klien mereka yang ada dan potensial (Incubator, 2016).

Ekspansi industri teknologi digital bergantung pada ekosistem yang sehat yang terdiri dari lima elemen diantaranya: Startup fintech (manajemen kekayaan, pembayaran pinjaman, perusahaan asuransi, *crowdfunding* dan pasar modal). Pengembang teknologi (analitik data besar, komputasi awan, *cryptocurrency* dan pengembang media sosial). Pemerintah (regulator keuangan). Pelanggan individu dan korporat, dan tradisional lembaga keuangan membentuk ekosistem fintech berupa: bank, perusahaan asuransi, pialang saham, dan modal ventura (I. Lee & Shin, 2018).

Perusahaan Fintech dapat dibagi menjadi empat jenis berdasarkan jenis perusahaannya. Pertama adalah sistem pembayaran yang efisien, di mana Fintech mendukung pembayaran lintas batas yang lebih cepat melalui perangkat seluler, *e-wallet*, mata uang digital, atau cara lain, bahkan dengan biaya transaksi yang murah dengan solusi pemrosesan pembayaran yang lebih unggul dari prosedur standar yang disediakan oleh organisasi perbankan. Kedua adalah penggunaan *robo-adviser* yang memanfaatkan data besar yang mengalahkan kapasitas mental manusia dan bahkan database komputer tradisional. Fintech menerapkan AI dan alat penambangan data untuk membuat *robo-adviser*, untuk memberikan saran investasi dan layanan pengelolaan dana. Ketiga adalah platform pinjaman

dan deposito *peer-to-peer* (P2P) di mana Fintech mengoperasikan aktivitas pinjaman dan pendanaan mereka melalui platform P2P. Pemanfaatan komunikasi terdesentralisasi di antara pengguna peer melalui jaringan, tanpa melewati server pusat, mengurangi biaya transaksi, menghasilkan penghematan bagi peminjam dan deposan. Keempat adalah *crowdfunding* yang mengacu pada aplikasi Fintech yang menghasilkan platform online untuk berbagai proyek dan usaha bisnis untuk mengumpulkan dana dari sejumlah besar calon donor atau investor dari seluruh dunia (Ng & Kwok, 2017).

2. Fintech dan lembaga perbankan

Penerapan sistem teknologi informasi memiliki pengaruh besar pada lembaga perbankan. Hal ini dikarenakan lembaga perbankan merupakan lembaga yang sangat bergantung terhadap pengumpulan proses analisis, penyampaian laporan serta memberikan informasi yang diberikan oleh nasabah. Sehingga dapat dikatakan bahwa dampak penerapan sistem teknologi pada lembaga perbankan sangatlah besar (D. Lee et al., 2018). Adapun layanan fintech dalam perbankan adalah sebagai berikut:

a. *Mobile Banking (via handphone)*

Mobile banking adalah jenis pengembangan teknologi seluler yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah karena layanan ini memungkinkan nasabah bank untuk menyelesaikan operasi perbankan dan mengakses informasi akun melalui ponsel (Wiji; Nurastuti, 2018).

b. *SMS Banking*

SMS banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan pengguna untuk meminta dan melakukan transaksi keuangan dengan bank melalui SMS, seperti cek saldo, perubahan rekening, dan sebagainya (Wiji; Nurastuti, 2018)

c. *Internet banking*

Internet banking adalah jenis layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi, terhubung satu sama lain, dan melakukan transaksi melalui internet. Informasi saldo rekening, pembayaran (listrik, telepon, kartu kredit, dan lain-lain), transfer antar bank, serta pembelian tiket dan voucher adalah beberapa fungsi yang tersedia di internet banking. (Sujadi & Saputro, 2018). Kemudahan bertransaksi dengan berbagai menu yang lengkap menjadi salah satu keunggulan dari pemanfaatan online banking yang dapat diakses dari mana saja dan kapan saja dengan menggunakan perangkat elektronik seperti smartphone, laptop, notebook, dan personal computer (Sujadi & Saputro, 2018).

3. *Theory of planned behavior (TPB)*

Theory of planned behavior (TPB) atau teori perilaku terencana adalah suatu teori yang dikembangkan oleh Ajzen untuk pertama kalinya pada tahun 1991, TPB sekarang digunakan sebagai teori psikologi sosial paling populer untuk menjelaskan perilaku individu di berbagai bidang (Gao et al., 2017). Teori tersebut merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang mencoba menjelaskan dan memahami mengapa seseorang

dapat melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1985, 1991). Dengan demikian, TPB mencakup faktor sentral dari minat individu untuk memenuhi tindakan yang diberikan (Ajzen, 1991).

Minat menunjukkan motivasi individu dalam hal keputusan sadar atau rencana mereka untuk mengerahkan upaya untuk melakukan perilaku tertentu (Conner & Armitage, 2015). Sebagai aturan umum, kemungkinan kinerja yang lebih besar dapat terjadi dari minat individu yang lebih kuat untuk terlibat dalam suatu perilaku (Ajzen, 1991). Pada dasarnya, TPB mendalilkan bahwa minat individu dapat diprediksi dengan akurasi tinggi dari sikap terhadap perilaku tertentu, kontrol perilaku yang dirasakan, dan norma subjektif (Ajzen, 1991, 2002).

Sikap mewakili derajat penilaian individu terhadap suatu perilaku sebagai sesuatu yang menyenangkan atau tidak menyenangkan (Ajzen, 1991). Dengan kata lain, sikap terhadap suatu perilaku tergantung pada evaluasi keseluruhan dari perilaku tersebut dan keyakinan pada hasil yang diinginkan (Tan et al., 2017). Secara umum, sikap individu yang lebih positif terhadap suatu perilaku dapat menyebabkan minat yang lebih besar untuk melakukan perilaku tersebut (Gao et al., 2017). Oleh karena itu, dalam penelitian ini sikap dapat dipandang sebagai penentu yang mendasari minat individu dalam menggunakan fintech.

Norma subyektif merupakan persepsi pribadi dari suatu perilaku dibawah pengaruh sikap orang lain memberikan pandangan tersendiri sebagai faktor sosial (Ajzen & Fishbein, 1980). Persepsi individu tentang persetujuan orang penting terhadap suatu perilaku akan cukup untuk

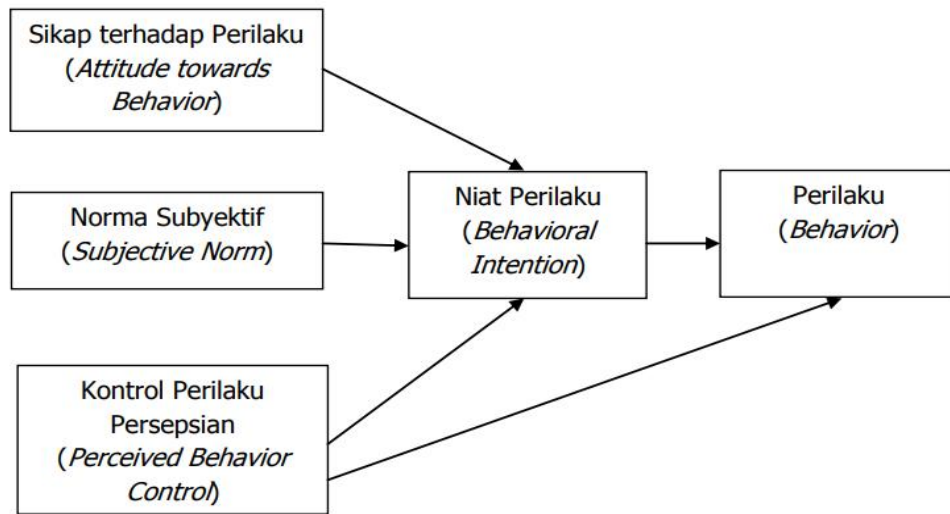
memotivasi minat mereka untuk melakukan perilaku tersebut (Shin & Hancer, 2016). Oleh karena itu, persepsi yang tinggi dari norma subjektif dapat meningkatkan kemungkinan melakukan perilaku tertentu (Gao et al., 2017).

Kendali perilaku dijelaskan sebagai persepsi kesulitan atau kemudahan melakukan suatu tindakan (Ajzen, 2002). Lebih tepatnya, PBC menunjukkan keterlibatan individu dalam perilaku tertentu berdasarkan keyakinan mereka pada kemungkinan akses ke sumber daya dan peluang yang diperlukan. Faktor non-motivasi tersebut meliputi uang, keterampilan, waktu, dan kerjasama dengan orang lain (Ajzen, 1985). Dengan demikian, minat kuat individu untuk melakukan tindakan tertentu akan dihasilkan dari tingkat kontrol yang tinggi atas diri mereka sendiri (Gao et al., 2017). Selanjutnya dijelaskan PBC dalam penelitian ini ialah kemampuan dan keterampilan dalam menjalankan fintech serta didukung dengan fasilitas penunjang yang memadai akan menjadi faktor penting untuk mempengaruhi minat individu dalam menggunakan fintech.

Salah satu teori mendasar dalam penelitian ini adalah teori perilaku terencana (TPB). Gambar 2.1 menggambarkan keterkaitan antar struktur TPB sebagai berikut:

Gambar 2.1

Hubungan antar konstruk TPB



Sumber : Ajzen, 1991

4. Religiusitas

Agama dan religiusitas adalah konsep berbeda yang sering digunakan secara bergantian. Agama adalah susunan simbol, gagasan, dan praktik yang teratur yang memungkinkan seseorang merasakan kedekatan dengan Tuhannya sekaligus memberikan bimbingan bagi interaksi orang tersebut dengan orang lain (Rani & Souiden, 2015). Adapun religiusitas mengacu pada derajat ketakwaan, keyakinan, dan pemujaan seseorang kepada Tuhannya (Suhartanto, 2019). Dengan kata lain, religiusitas seseorang didefinisikan sebagai keyakinan dan dedikasi pribadi mereka terhadap ajaran-ajaran Tuhan. Akibatnya, karena religiusitas bersifat pribadi atau pengabdian pribadi kepada aturan-aturan Tuhan maka akan mempengaruhi tidak hanya bagaimana orang hidup dan berinteraksi dengan orang lain, tetapi juga perilaku mereka sehari-hari, seperti pemilihan dan konsumsi produk dan jasa.

Kepercayaan merupakan perwalian informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu hal (Agarwala et al., 2019). Keyakinan individu terkait erat dengan agama seseorang, baik secara langsung melalui kitab-kitab suci maupun secara tidak langsung melalui masyarakatnya (Rani & Souiden, 2015). Sikap, nilai, dan perilaku individu secara signifikan dipengaruhi oleh religiusitas, yang merupakan bukti pengabdian seseorang terhadap agama (Suhartanto et al., 2018). Agama berdampak pada sikap dan keyakinan seseorang, yang berdampak pada kesadaran dan interaksinya dengan dunia di sekitarnya, sehingga berdampak pada perilaku konsumen (Suhartanto, 2019). Dengan demikian, religiusitas mempengaruhi sikap, kesadaran, hubungan, dan, pada akhirnya, perilaku pembelian. Selanjutnya, religiusitas juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi konsumsi seseorang terhadap suatu produk atau jasa.

B. Hubungan Antar Variabel

1. Sikap dan minat menggunakan fintech

Sikap terhadap minat perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang merasakan keuntungan atau kerugian yang melekat padanya melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Sikap terhadap perilaku mencakup sejauh mana perasaan positif atau negatif seseorang tentang perilaku yang diminati. Sikap diinformasikan oleh pertimbangan kemungkinan hasil dari melakukan perilaku (DeMarree et al., 2017). Hasil perilaku yang dirasakan ini membentuk keyakinan perilaku yang mendasari yang menentukan sikap terhadap perilaku (Conner & Armitage, 2015). Kelemahan utama dari sikap sebagai prediktor minat perilaku adalah bahwa mereka tidak memprediksi

perilaku manusia yang disengaja. Sehingga dalam konteks penelitian ini dapat dijelaskan bahwa jika persepsi keuntungan dan perasaan positif dalam menggunakan fintech tinggi maka minat untuk menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura pun akan semakin besar pula.

Sebagaimana diselidiki oleh penelitian sebelumnya, menjelaskan hubungan positif antara sikap dan minat untuk menggunakan (Ajzen & Fishbein, 1980). Sikap dan minat perilaku ditemukan secara signifikan mempengaruhi satu sama lain serta mendukung minat untuk menggunakan fintech. (Schierz et al., 2010). Sejalan dengan penelitian sebelumnya (Tsai et al., 2010; Yoon & Kim, 2013), Ini menghasilkan hipotesis berikut:

H1: Sikap secara signifikan dan positif mempengaruhi minat penggunaan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

2. Norma subyektif dan minat menggunakan fintech

Norma subjektif dapat dipahami sebagai keyakinan orang tentang tekanan sosial untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu (Fang et al., 2014). Seperti menggiring, orang membuat keputusan berdasarkan pilihan teman sebaya ketika dihadapkan pada situasi yang tidak pasti. Perbedaannya adalah bahwa alih-alih mengikuti publik, orang cenderung berpihak pada referensi yang pendapatnya penting bagi mereka, misalnya anggota keluarga (Venkatesh & Morris, 2000).

Dampak norma subjektif dapat dirasakan sebagai pengaruh sosial normatif (Burnkrant & Cousineau, 1975; Lord et al., 2001). Ini tentang apakah keputusan tersebut dapat diterima oleh orang lain. Jika ada banyak pilihan di tangan, orang cenderung memilih salah satu yang telah dipilih oleh banyak rekan penting (Alqasa et al., 2014; Burnkrant & Cousineau,

1975; Sun, 2013). Karena norma subjektif, orang cenderung mengembangkan kepercayaan tanpa memikirkan secara menyeluruh berbagai aspek keputusan. Norma subyektif memberikan kredibilitas sumber baik untuk layanan maupun lingkungan kelembagaan. Dalam konteks fintech, ketika layanan fintech yang inovatif muncul, jika salah satu teman dekat pelanggan terus menggunakan layanan tersebut, pelanggan kemungkinan besar akan percaya bahwa fintech adalah layanan yang dapat dipercaya dan menganggap lingkungan sebagai aman dan terjamin. Dengan demikian, penulis berhipotesa sebagai berikut:

H2: Norma subyektif secara signifikan dan positif mempengaruhi minat penggunaan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

3. Kendali perilaku dan minat menggunakan fintech

Kendali perilaku adalah penentu ketiga minat yang ditambahkan ke dalam TPB untuk menjelaskan keadaan di mana individu tidak memiliki kontrol total perilaku mereka (Ajzen, 1991). Dimasukkannya kontrol perilaku yang dirasakan meningkatkan kekuatan prediksi TPB untuk menjelaskan minat perilaku (Yzer, 2012). Semakin tinggi kendali perilaku yang dirasakan seseorang, semakin tinggi keinginan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Ajzen, Icek, 1985).

Dengan kata lain, semakin tinggi kendali perilaku seseorang yang dicapai melalui penggunaan fintech di lembaga keuangan, semakin tinggi keinginan orang tersebut untuk menggunakan fintech di lembaga perbankan. Selain itu semakin kuat seseorang merasa bahwa menggunakan fintech itu mudah, maka semakin kuat pula minat untuk menggunakan fintech pada nasabah perbankan tersebut. Hasil studi empiris menunjukkan pengaruh langsung kendali perilaku terhadap minat (Chen, 2017; Li et al.,

2018; Tan et al., 2017). Oleh karena itu hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

H3: Kendali perilaku secara signifikan dan positif mempengaruhi minat penggunaan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

4. Religiusitas memoderasi hubungan antara sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat menggunakan fintech

Sejauh mana seorang individu berkomitmen dan mengabdikan pada agama mereka dan sejauh mana agama ini tercermin dalam perilaku dan sikap mereka dikenal sebagai religiusitas (Abd Rahman et al., 2015). Banyak penelitian telah menemukan bahwa religiusitas memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap dan perilaku (Wilson & Liu, 2011). Religiusitas mempengaruhi sikap konsumen terhadap penggunaan layanan perbankan syariah (Souiden & Rani, 2015). Selain itu religiusitas merupakan pendorong penting kepuasan pelanggan dan minat perilaku terhadap suatu produk atau layanan (Ali et al., 2018; Hidayat et al., 2015; Suhartanto, 2019; Tang & Li, 2015).

Dengan demikian, orang yang beragama akan memiliki komitmen terhadap agama yang dianutnya dan akan terpengaruh terhadap aturan dari agama yang dianut tersebut. akibatnya mempengaruhi sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku atas individu. Oleh karena itu, efek moderasi positif dari religiusitas pada hubungan antara pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat menggunakan teknologi, hipotesis berikut dikembangkan:

H4 : Religiusitas memoderasi hubungan antara sikap, norma subyektif dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

C. Perspektif Islam Tentang Variabel Penelitian

1. Sikap (*Attitude*)

Sejauh mana seseorang memiliki evaluasi terhadap perilaku yang disukai atau tidak disukai disebut sebagai sikap individu terhadap tindakan itu. Sekali lagi, sikap didefinisikan sebagai total dari setiap keyakinan perilaku dikalikan dengan penilaian setiap hasil (Ajzen & Fishbein, 1980). Dalam penelitian dijelaskan bahwa sikap terhadap fintech merupakan bentuk dari evaluasi individu atas persepsi suatu teknologi yang dirasakan.

Sementara itu, sikap dalam pandangan Islam dikenal dengan *akhlakul kharima* yang merupakan segala bentuk perilaku dan perbuatan baik yang dilakukan sehari-hari. Adapun keterkaitan sikap dalam penelitian ini dijelaskan bahwa individu dalam bersikap haruslah sesuai dengan perintah Allah SWT serta mampu menjalankan sunah Nabi Muhammad SAW dengan minat menggunakan fintech untuk kebaikan dan kemanfaatan dalam hidup. Maka, dapat disimpulkan bahwa indikator pengukuran sikap terhadap teknologi dalam pandangan Islam ialah harus mengikuti perintah dan menjauhi larangan Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW. Adapun sikap dijelaskan pada QS. Al-Anfal ayat 72:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
وَالَّذِينَ آوَوْا وَنَصَرُوا أُولَٰئِكَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ
يُهَاجِرُوا مَا لَكُمْ مِنْ وَلَايَتِهِمْ مِنْ شَيْءٍ حَتَّىٰ يُهَاجِرُوا وَإِن

اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمُ النَّصْرُ اِلَّا عَلَىٰ قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ
 مِيثَاقٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ۞

Artinya : "Sesungguhnya orang-orang yang beriman, berhijrah, dan berjihad dengan harta dan jiwanya pada jalan Allah, serta orang-orang yang memberikan tempat kediaman dan memberi pertolongan (kepada Muhajirin), mereka itu sebagiannya merupakan pelindung) bagi sebagian yang lain. Orang-orang yang beriman tetapi belum berhijrah, maka tidak ada kewajiban sedikit pun atas kamu untuk melindungi mereka sehingga mereka berhijrah. (Akan tetapi,) jika mereka meminta pertolongan kepadamu dalam (urusan pembelaan) agama (Islam), wajib atas kamu memberikan pertolongan, kecuali dalam menghadapi kaum yang telah terikat perjanjian antara kamu dengan mereka. Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan"

2. Norma subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif adalah interpretasi pribadi seseorang tentang perilaku yang dipengaruhi oleh orang lain (Ajzen dan Fishbein, 1975; Ajzen dan Fishbein, 1980). Orang lebih cenderung untuk terlibat dalam suatu kegiatan jika mereka percaya bahwa orang penting dalam hidup mereka seperti keluarga, teman dan orang sekitar menyetujuinya. Norma subjektif adalah sejumlah keyakinan normatif dan motivasi setiap individu untuk mematuhiinya (Ajzen dan Fishbein, 1980). Keyakinan normatif mengacu pada keyakinan tentang pandangan individu referensi penting.

Adapun dalam pandangan Islam terkait norma subjektif berkaitan dengan *hablum minannass* atau hubungan sosial antar sesama manusia. Hubungan sesama manusia dikaitkan dalam bentuk pertolongan dari Allah melalui hubungan antara manusia tersebut. Sehingga minat menggunakan fintech yang muncul dikarenakan norma subjektif itu semua adalah bentuk pertolongan dari Allah SWT. Adapun bentuk indikator norma subyektif

dalam pandangan Islam merujuk pada bentuk pertolongan Allah SWT melalui hubungan antar sesama manusia. Hal ini dijelaskan pada QS. Al-Maidah ayat 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ
وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمْيِنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا
وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ 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 (menggangu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda) dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya!197) Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangimu dari Masjidilharam, 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 siksaan-Nya”

3. Kendali perilaku (*perceived control behavior*)

Perasaan seseorang tentang kapasitas mereka untuk terlibat dalam tindakan tertentu disebut sebagai kontrol perilaku. (Ajzen, 1991). Kendali perilaku merupakan bentuk kombinasi dari keyakinan kontrol dan kekuatan yang dirasakan. Keyakinan kontrol adalah adanya peluang atau sumber daya untuk memfasilitasi atau mengganggu kinerja perilaku (Ajzen, 1991).

Perspektif Islam terhadap kendali perilaku adalah *mujahada an-nafs* atau perjuangan melawan nafsu pribadi dan ego. Hal ini dimaksudkan sekiranya tidak menuruti hawa nafsu/ ego dalam konteks minat menggunakan fintech dikarenakan telah memiliki segala sumber daya dan peluang melainkan turut serta juga menolong orang lain untuk menggunakan fintech dengan memanfaatkan sumber daya dan peluang yang dimiliki. Sehingga indikator kendali perilaku dalam pandangan Islam adalah mengenai bentuk bantuan yang diberikan kepada orang lain melalui sumber daya dan peluang. Hal ini dijelaskan pada QS. Al-Anfal ayat 72

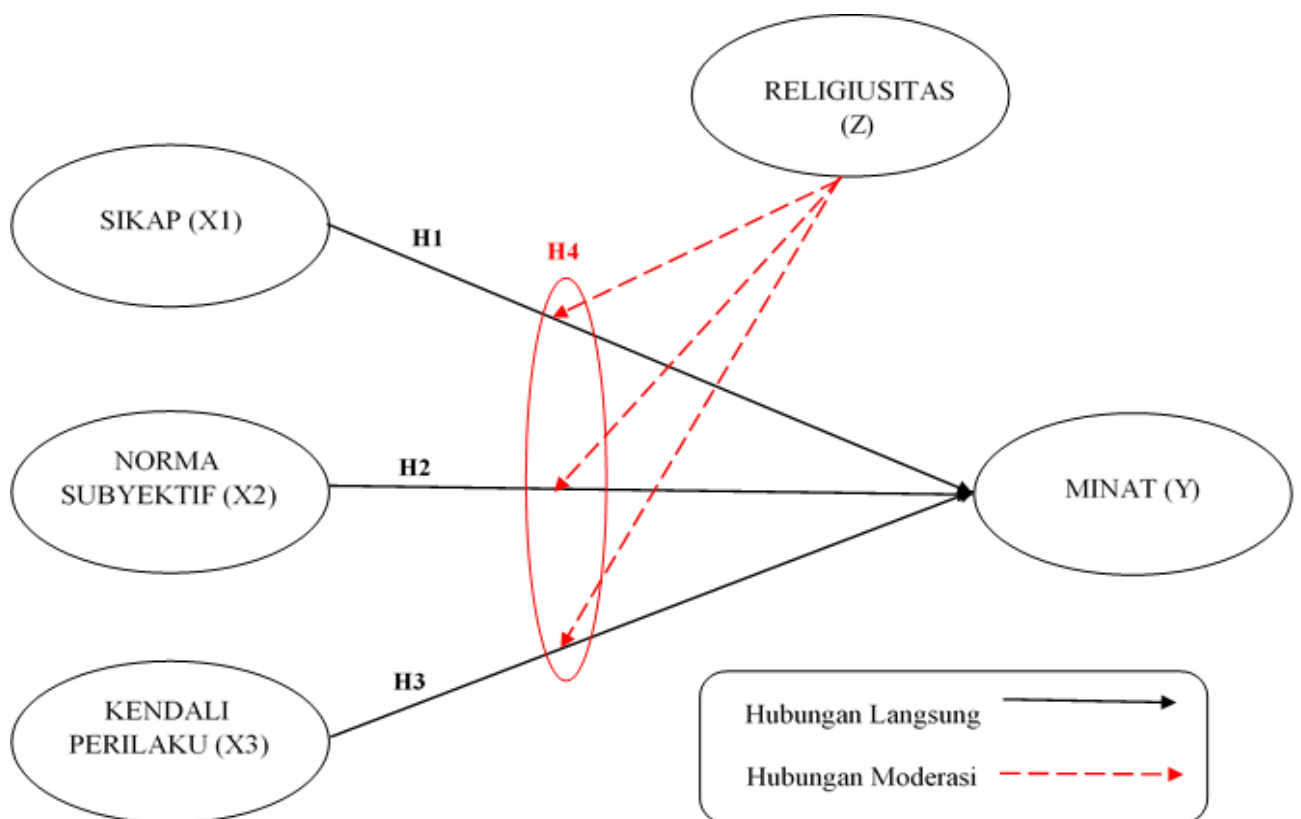
إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَهَاجَرُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
وَالَّذِينَ آوَوْا وَنَصَرُوا أُولَئِكَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ
يُهَاجِرُوا مَا لَكُمْ مِنْ وَلَايَتِهِمْ مِنْ شَيْءٍ حَتَّى يُهَاجِرُوا وَإِنْ
اسْتَنْصَرُوكُمْ فِي الدِّينِ فَعَلَيْكُمُ النَّصْرُ إِلَّا عَلَى قَوْمٍ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ
مِيثَاقٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ٧٢

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang beriman, berhijrah, dan berjihad dengan harta dan jiwanya pada jalan Allah, serta orang-orang yang memberikan tempat kediaman dan memberi pertolongan (kepada Muhajirin), mereka itu sebagiannya merupakan pelindung) bagi sebagian yang lain. Orang-orang yang beriman tetapi belum berhijrah, maka tidak ada kewajiban sedikit pun atas kamu untuk melindungi mereka sehingga mereka berhijrah. (Akan tetapi,) jika mereka meminta pertolongan kepadamu dalam (urusan pembelaan) agama (Islam), wajib atas kamu memberikan pertolongan, kecuali dalam menghadapi kaum yang telah terikat perjanjian antara kamu dengan mereka. Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”

D. Kerangka Konseptual

Hubungan antara dasar-dasar teoritis dan penyelidikan empiris disebut sebagai kerangka konseptual. Penelitian ini merupakan studi lapangan yang menganalisis temuan penelitian lapangan yang signifikan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki populasi dan sampel yang bertujuan untuk menguji suatu hipotesis (Sugiono, 2016). Adapun kerangka konseptual ditunjukkan pada gambar 2.2:

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



Sumber : diolah peneliti, 2022

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory*. Terdapat hipotesis dalam penelitian ini yang akan diuji validitas dan reliabilitasnya. Hipotesis mendefinisikan hubungan antara dua variabel untuk mengidentifikasi apakah satu variabel terhubung dengan yang lain atau dipengaruhi oleh yang lain (Supriyanto & Maharani, 2013).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan di Kota Jayapura, Provinsi Papua. Adapun Kota Jayapura terletak pada 1°28'17.26"-3°58'0.82" Lintang Selatan dan 137°34'10.6"-141°0'8.22" Bujur Timur di wilayah utara Provinsi Papua. Dengan luas permukaan sekitar 940 KM². Distrik Abepura, Distrik Heram, Distrik Muara Tami, Distrik Jayapura Utara dan Distrik Jayapura Selatan merupakan lima Distrik yang berada di Kota Jayapura (Jayapura, 2020).

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek/subyek dengan atribut dan karakteristik tertentu yang peneliti gunakan untuk mempelajari dan menarik kesimpulan. (Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Jayapura dengan total penduduk 362.998 jiwa yang saat ini sedang atau telah menggunakan layanan fintech pada perbankan di Kota Jayapura.

Penentuan sampel menurut (Hair et al., 2010) memberikan suatu pedoman terkait jumlah sampel yang dibutuhkan untuk estimasi SEM yang dapat dilihat

berdasarkan jumlah variabel, jumlah indikator dan communalities suatu model.

Sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pedoman Jumlah Sampel SEM

Jumlah Variabel Laten	Jumlah Indikator	Communalities	Jumlah Sampel
> 6	< 3	Low	> 500
≤ 5	> 3	High	100-150
≤ 5	< 3	Moderate	> 200
≤ 5	< 3	Low	> 300

Sumber : Hair et.al (2010)

Berdasarkan tabel di atas, variabel laten penelitian ini berjumlah lima, masing-masing memiliki kurang dari tiga indikator penelitian. Akibatnya, peneliti menggunakan sampel 240 responden dalam penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data kuantitatif melalui penggunaan kuesioner atau angket untuk mengungkapkan informasi atau data dari responden. Kuesioner adalah jenis alat pengumpulan data yang meminta responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. (Sugiyono, 2015).

Karena teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada partisipan atau memberikan tanggapan tertulis, maka digunakan angket/kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan angket tertutup, yaitu angket dengan banyak jawaban yang hanya dapat dipilih oleh responden. Penelitian ini menggunakan skala likert untuk menilai perspektif seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial, dan analisis kuantitatif ditulis dengan skor yaitu:

- a) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
- b) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)

- c) Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (RG)
- d) Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- e) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

Adapun penyebaran kuisioner/angket dalam penelitian ini disebarkan kepada nasabah perbankan pengguna layanan fintech di Kota Jayapura yang terdiri atas enam lembaga perbankan diantaranya: Bank Papua, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Mandiri, Bank Central Asia (BCA) dan Bank Syariah Indonesia (BSI)

E. Instrumen Penelitian

Validitas dan reliabilitas merupakan dua kriteria yang harus dipenuhi oleh instrumen penelitian dalam pengumpulan data kuesioner. Sehingga, sebelum instrument tersebut digunakan maka perlu diuji coba dengan tujuan untuk menentukan validitas dan reliabilitasnya hal ini maksudkan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman responden terhadap instrument penelitian berupa pernyataan. Adapun instrument penelitian yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sumber
Sikap terhadap teknologi (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerimaan terhadap fintech 2. Pengalaman menyenangkan menggunakan fintech 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya menggunakan fintech dalam transaksi keuangan adalah ide yang bagus. 2. Saya merasa fintech membuat transaksi keuangan saya menjadi lebih cepat 3. Saya merasa percaya diri saat menggunakan fintech. 4. Kehadiran fintech mampu mendorong 	(Taylor & Todd, 1995; Venkatesh & Morris, 2000)

		<p>saya untuk bertransaksi secara digital.</p> <p>5. Fintech sangat ramah bagi masyarakat penggunanya.</p>	
Norma subyektif (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orang yang mempengaruhi perilaku (teman) menyarankan menggunakan fintech 2. Orang yang penting (keluarga) menyarankan menggunakan fintech. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keluarga saya percaya bahwa menggunakan fintech akan memberikan layanan yang lebih baik. 2. Rekan-rekan disekitar saya menganggap menggunakan fintech itu nyaman 3. Orang-orang sekitar saya menggunakan fintech untuk transaksi keuangan mereka. 4. Teman-teman saya berfikir bahwa fintech lebih baik daripada sistem keuangan tradisional. 	(Khatimah & Halim, 2016; Taylor & Todd, 1995)
Kendali perilaku (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemauan menggunakan fintech 2. Kemampuan menggunakan fintech. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menggunakan fintech atas dasar pribadi saya. 2. Saya memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk menggunakan fintech. 3. Saya memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menggunakan fintech. 	(Taylor & Todd, 1995)
Minat menggunakan fintech (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan menggunakan fintech. 2. Keinginan mengerjakan pekerjaan menggunakan fintech. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tertarik untuk menggunakan fintech. 2. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan fintech suatu hari nanti. 	(Gu et al., 2009; Taylor & Todd, 1995)

	3. Keinginan menggunakan fintech secara sering.	3. Saya akan sering menggunakan fintech dalam kegiatan keuangan saya. 4. Saya merasa fintech telah menjadi tren di Kota Jayapura.	
Religiusitas (Z)	1. Kebermaknaan hidup dalam beragama 2. Agama sebagai sebuah nilai seseorang 3. Meyakini ajaran agama 4. Melakukan ibadah secara menyendiri 5. Agama digunakan untuk mengatasi masalah 6. Dukungan dari penganut sesama agama)	1. Saya merasa menggunakan fintech dapat menolong orang banyak 2. Saya percaya bahwa fintech adalah legal dan menambah nilai ibadah. 3. Saya perlu mengetahui dan memahami pandangan agama terhadap fintech. 4. Saya menggunakan fintech untuk berbagi/sedekah tanpa diketahui orang lain. 5. Hadirnya fintech dapat mengatasi masalah ibadah saya. 6. Saya merasa perlu untuk memastikan bahwa fintech sudah mendapatkan rekomendasi dari para pemuka agama.	(Fetzer, 1999; Premi, 2014)

Sumber : diolah peneliti, 2022

F. Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Sejauh mana suatu ukuran/indikator terhubung secara positif dengan ukuran/indikator lain untuk konstruk yang sama disebut sebagai validitas konvergen. Akibatnya, item yang berfungsi sebagai penanda

konstruk reflektif harus memiliki tingkat konvergensi atau split varians yang tinggi. Peneliti dapat memanfaatkan outer loading dari masing-masing indikator dan *Average Variance Extracted* (AVE) untuk menilai validitas konvergen (Sholihin & Ratmono, 2020).

Outer loading yang tinggi menunjukkan indikator tersebut dapat dijelaskan oleh konstruk yang diukur, secara umum dijelaskan *outer loading* harusnya 0,708 atau lebih tinggi (Sholihin & Ratmono, 2020). Skor AVE 0,50 atau lebih menunjukkan bahwa rata-rata suatu konstruk menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya. Ini adalah kriteria validitas konvergen yang harus dipenuhi oleh model pengukuran reflektif (Sholihin & Ratmono, 2020).

Selanjutnya hasil *convergent validity* dengan melihat nilai *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antar setiap indikator dengan variabel laten. Nilai *loading factor* 0,5-0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity* (Ghozali & Hengky, 2012; Hair et al., 2010).

b. *Discriminant Validity*

Diskriminan Validitas atau model reflektif dinilai menggunakan *cross loading*, yaitu membandingkan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk atau akar AVE dengan nilai korelasi antar konstruk. Korelasi indikator dengan konstruksinya dan konstruksi dari kolom lain digunakan untuk menghitung pembebanan silang.

Jika korelasi antara indikator dan kontrak lebih besar daripada korelasi antar kolom lainnya, berarti konstruk memprediksi ukuran kolomnya lebih baik daripada kolom lainnya. Kriteria lain untuk

validitas diskriminan adalah bahwa akar AVE lebih besar dari korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya, atau bahwa nilai AVE lebih besar dari kuadrat korelasi antar konstruk (Yamin & Kurniawan, 2009).

c. *Composite Reliability*

Koefisien variabel laten digunakan untuk menghitung reliabilitas komposit. Kriteria terlihat di dua tempat dalam keluaran ini: keandalan komposit dan *Cronbach alfa*. Sebagai persyaratan ketergantungan, keduanya harus lebih besar dari 0,70. Jika sebuah konstruksi memenuhi dua karakteristik ini, itu dianggap dapat diandalkan (Sholihin & Ratmono, 2020).

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Merupakan evaluasi untuk menentukan dan melihat hubungan antara konstruk laten dan konstruk laten lainnya (Yamin & Kurniawan, 2009). Evaluasi model struktural (*inner model*) dilakukan dengan uji kecocokan model (model fit), *path coefficient*, dan R-Square (R^2). Penggunaan uji model fit adalah untuk mengetahui terkait suatu model mempunyai kecocokan dengan data dengan memperhatikan indeks dari hasil pengujian berupa *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF). Nilai *p-value* dari APC dan ARS $< 0,05$ yang berarti signifikan dan diterima. Sedangkan, untuk AVIF < 5 atau $< 3,3$ (Sholihin & Ratmono, 2020)

Selanjutnya, saat mengevaluasi model struktural, R-Square untuk setiap variabel laten endogen digunakan untuk menentukan kapasitas prediksi model struktural. Model struktural diuji dengan menguji nilai R-square yang merupakan uji kecocokan model. Perubahan nilai R-Square dapat

digunakan untuk menjelaskan apakah faktor laten eksogen tertentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten endogen. Nilai R-Square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan bahwa model tersebut berturut-turut kuat, sedang, atau lemah (Ghozali, 2016).

3. Uji Non Response Bias

Uji Non Response Bias dilakukan dengan cara membandingkan karakteristik responden yang berpartisipasi dalam kuesioner penelitian ini. Karakteristik kelompok responden ditentukan berdasarkan batas waktu pengisian kuisisioner penelitian selama 2 bulan atau lebih dari 2 bulan untuk dapat dilakukan pengujian perbedaan yang signifikan antara dua kelompok tersebut dengan independt sample t-tes menggunakan *IBM SPSS Statistics 25*. Pengambilan keputusan dengan melihat hasil yang tidak signifikan yaitu nilai P-Value $> 0,05$ yang berarti tidak ada perbedaan antara dua kelompok responden atau sebaliknya.

4. Pengujian Hipotesis

Setelah selesainya penilaian yang berbeda, baik model eksterior dan interior, hipotesis diuji. Arah keterkaitan antara faktor endogen dan eksogen dijelaskan melalui pengujian hipotesis. Hipotesis diuji dengan menggunakan nilai probabilitas dan t-statistik terkait. Untuk nilai probabilitas, nilai p dengan alpha 5% adalah 0,05. Nilai t-tabel untuk alpha 5% adalah 1,96. Akibatnya, hipotesis diterima ketika t-statistik $>$ t-tabel (Ghozali, 2016).

Signifikansi statistik hipotesis dapat digunakan untuk menilai apakah hipotesis itu harus diterima atau ditolak. Kriteria signifikansi dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 5%. Tingkat signifikansi atau tingkat

kepercayaan untuk menolak hipotesis berada di atas 0,05 jika tingkat signifikansi yang ditentukan adalah 5%. Dalam penelitian ini, ada kemungkinan 5% untuk membuat pilihan yang salah dan peluang 95% untuk membuat keputusan yang benar (Ghozali, 2016).

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Karakteristik Demografi Responden

Bagian ini menyajikan langkah pertama analisis data, yaitu statistik deskriptif sampel penelitian. Tabel 4.1 menyajikan profil responden survei mengenai karakteristik demografi responden diantaranya yaitu : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, agama yang dianut serta jenis fintech pada lembaga perbankan yang digunakan.

Tabel 4.1
Karakteristik Demografi Responden

	Frequency	Percentage
Jenis Kelamin		
Pria	124	51.5%
Wanita	116	48.5%
Usia		
<25 tahun	97	40.5%
25-45 tahun	80	33.3%
45-65 tahun	61	25.6%
>65 tahun	1	0.6%
Pekerjaan		
Mahasiswa	67	27.8%
Karyawan	65	26.9%
Swasta	57	23.9%
Wirausaha	23	9.7%
Pegawai Negeri	28	11.7%
Pendidikan Terakhir		
SMP/MTS/Sederajat	9	3.9%
SMA/SMK/MA	105	43.7%
S-1 (Strata-1)	103	43.0%
S-2 (Strata-2)	20	8.4%
S-3 (Strata-3)	2	1.0%
Agama/Kepercayaan		
Agama Islam	135	56.4%
Agama Kristen	90	37.5%
Agama Hindu	13	5.5%
Agama Budha	1	0.6%
Agama Konghucu	0	0.0%

Fintech yang digunakan		
Mobile banking	226	94.2%
SMS banking	118	49.2%
Internet banking	113	47.2%

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 240 responden, didapatkan jumlah sebaran data responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 124 responden (51,5%) dan wanita berjumlah 116 responden (48,5%). Dengan kata lain responden yang paling banyak menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura adalah masyarakat dengan jenis kelamin pria dalam penelitian ini. Jumlah perbandingan responden pria dan wanita untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh sikap, norma subyektif dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech di Kota Jayapura dengan religiusitas sebagai variabel moderasi yang dilihat dari sudut pandang jenis kelamin.

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 240 responden. Diperoleh gambaran tentang usia. Responden yang berusia <25 tahun berjumlah 97 responden (40,5%), yang berusia 25-45 tahun berjumlah 80 responden (33,3%), yang berusia 45-65 tahun berjumlah 61 responden (25,6%) dan yang berusia > 65 tahun berjumlah 1 responden (0,6%). Untuk itu dalam penelitian ini pengguna fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan rentan usia <25 tahun.

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 240 responden. Diperoleh gambaran tentang pekerjaan. Responden yang bekerja sebagai mahasiswa berjumlah 67 responden (27,8%), yang

bekerja sebagai karyawan berjumlah 65 orang responden (26,9%), yang bekerja sebagai swasta berjumlah 57 responden (23,9%), yang bekerja sebagai wirausaha berjumlah 23 responden (9,7%) dan yang bekerja sebagai pegawai negeri berjumlah 28 responden (11,7%). Dengan kata lain pengguna fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura paling banyak digunakan oleh mahasiswa.

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 240 responden. Diperoleh gambaran tentang pendidikan terakhir. Responden dengan pendidikan terakhir SMP/MTS/Sederajat sebanyak 9 responden (3,9%), yang pendidikan terakhir SMA/SMK/MA sebanyak 105 responden (43,7%), yang pendidikan terakhir strata-1/S1 sebanyak 103 responden (43%), yang pendidikan terakhir strata-2/S2 sebanyak 20 responden (8,4%) dan yang pendidikan terakhir strata-3/S3 sebanyak 2 responden (1%). Maka dari itu, dapat disimpulkan pengguna fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA.

Berdasarkan sebaran data karakteristik demografi responden yang berjumlah 240 responden. Diperoleh gambaran tentang agama/kepercayaan. Responden yang beragama Islam sebanyak 135 responden (56,4%), yang beragama Kristen sebanyak 90 responden (37,5%), yang beragama Hindu sebanyak 13 responden (5,5%), yang beragama Budha sebanyak 1 responden (0,6%), yang beragama Konghucu 0 responden (0,0%). Dengan kata lain pengguna fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura dalam penelitian ini paling banyak digunakan oleh masyarakat yang beragama Islam.

Berdasarkan sebaran data karakteristik responden yang berjumlah 240 responden . diperoleh gambaran tentang jenis pembayaran fintech. Responden

yang menggunakan jenis fintech mobile banking sebanyak 226 responden (94,2%), yang menggunakan SMS banking sebanyak 118 responden (49,2%) dan yang menggunakan internet banking sebanyak 113 responden (47,2%). Dengan kata lain pengguna fintech di Kota Jayapura paling banyak menggunakan fintech dengan jenis mobile banking.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Nilai minimum, maksimum, mean, mean item variabel, dan standar deviasi dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ditentukan dengan menggunakan statistik deskriptif. Adapun hasil statistik deskriptif ditunjukkan pada tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2
Hasil Statistik Deskriptif Penelitian

Variabel	Item	N	Persentase Jawaban					Mean		Standar Deviasi
			STS	TS	R	S	SS	Item	Variabel	
Sikap (ATT)/X1	ATT1	240	0.0%	0.7%	2.9%	59.5%	36.9%	4.33	4.20	0.74
	ATT2	240	0.0%	0.4%	6.1%	57.9%	35.6%	4.29		
	ATT3	240	1.0%	2.0%	8.4%	65%	23.6%	4.08		
	ATT4	240	0.4%	2.0%	6.1%	59.5%	32%	4.21		
	ATT5	240	0.6%	3.0%	9.4%	59.5%	27.5%	4.10		
Norma Subyektif (SN)/X2	SN1	240	0.6%	3.0%	14.2%	55.3%	26.9%	4.05	4.13	0.82
	SN2	240	0.0%	0.7%	9.7%	59.2%	30.4%	4.19		
	SN3	240	1.1%	2.5%	10.7%	55.3%	30.4%	4.11		
	SN4	240	0.0%	2.2%	10.7%	51.8%	35.3%	4.20		
Kendali Perilaku (PBC)/X3	PBC1	240	0.0%	0.7%	7.4%	60.2%	31.7%	4.23	4.23	0.60
	PBC2	240	0.0%	1.0%	8.4%	56.3%	34.3%	4.24		
	PBC3	240	0.0%	0.7%	6.8%	62.1%	30.4%	4.22		
Minat (INT)/Y	INT1	240	0.0%	1.0%	7.1%	57.9%	34%	4.25	4.20	0.65
	INT2	240	0.3%	1.0%	6.8%	55.3%	36.6%	4.27		
	INT3	240	0.0%	2.0%	8.4%	53.4%	36.2%	4.24		
	INT4	240	1.2%	2.3%	15.9%	52.8%	27.8%	4.04		
Religiusitas (REL)/Z	REL1	240	0.0%	1.4%	7.4%	63.4%	27.8%	4.18	4.11	0.80
	REL2	240	0.3%	3.2%	13.3%	57.6%	25.6%	4.05		
	REL3	240	0.0%	0.7%	7.4%	56.3%	35.6%	4.27		
	REL4	240	1.5%	5.2%	5.0%	54%	34.3%	4.14		
	REL5	240	3.0%	6.8%	16.8%	43%	30.4%	3.91		
	REL6	240	0.0%	0.7%	13.6%	56.3%	29.4%	4.14		

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 hasil statistik deskriptif variabel penelitian. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini, sikap (ATT) terdiri dari tiga indikator: 1) penerimaan fintech, 2) penolakan fintech, dan 3) pengalaman positif dengan fintech. Nilai rata-rata variabel tersebut adalah 4,20, seperti terlihat pada tabel 4.2, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel sikap. Butir pertanyaan pertama (ATT1) memiliki nilai mean terbesar sebesar 4,33, sedangkan butir pertanyaan ketiga (ATT3) memiliki nilai mean terendah sebesar 4,08.
- b. Dalam penelitian ini, Norma Subjektif (SN) terdiri dari dua indikator: 1) individu yang mempengaruhi perilaku (teman) menggunakan fintech, dan 2) orang yang mempengaruhi perilaku (keluarga) menggunakan fintech. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel adalah 4,13, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel norma subjektif. Butir pertanyaan keempat (SN4) memiliki nilai rata-rata terbesar sebesar 4,20, sedangkan butir pertanyaan pertama (SN1) memiliki nilai terendah sebesar 4,05.
- c. Dalam studi ini, Behavioral control (PBC) terdiri dari dua indikator: 1) kemauan untuk memanfaatkan tekfin dan 2) kapasitas untuk menggunakan tekfin. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel adalah 4,23, yang menunjukkan bahwa responden tipikal menilai variabel kontrol perilaku sebagai dapat diterima. Butir pertanyaan kedua (PBC2) memiliki nilai mean terbesar sebesar 4,24, sedangkan item pertanyaan ketiga (PBC3) memiliki nilai mean terendah sebesar 4,22.

- d. Dalam penelitian ini, minat (INT) terdiri dari tiga indikator: 1) keinginan untuk menggunakan tekfin, 2) keinginan untuk bekerja dengan tekfin, dan 3) keinginan untuk menggunakan tekfin secara rutin. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel adalah 4,20, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel minat. Butir pertanyaan kedua (INT2) memiliki nilai terbesar sebesar 4,27, sedangkan butir pertanyaan keempat (INT4) memiliki nilai terendah sebesar 4,04.
- e. Dalam penelitian ini, agama (REL) didefinisikan dengan enam indikator: 1) makna agama, 2) nilai-nilai agama, 3) keyakinan agama, 4) kegiatan ibadah keagamaan, 5) penyelesaian agama, dan 6) dukungan dari sesama umat beragama. . Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel adalah 4,11, menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju dengan variabel minat. Butir pertanyaan ketiga (REL3) memiliki nilai rerata terbesar sebesar 4,27, sedangkan butir pertanyaan kelima (REL5) memiliki nilai rerata terendah sebesar 3,91.

B. Hasil Uji Analisis Data

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. *Convergent Validity*

Merupakan model pengukuran untuk menentukan besarnya korelasi antara konstruk dan variabel laten. Nilai *standardized loading factor* yang menunjukkan besarnya korelasi antara masing-masing indikator dengan variabel laten serta digunakan untuk mengevaluasi hasil validitas konvergen. Untuk mencapai standar *convergent validity*, *loading factor* 0,5-0,6 dianggap cukup (Ghozali & Hengky, 2012). Hasil

uji *convergent validity* dengan menggunakan nilai *loading factor* dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Item	Loading Factor	Keterangan
Sikap (ATT)/X1	ATT1	0,695	Valid
	ATT2	0,772	Valid
	ATT3	0,769	Valid
	ATT4	0,790	Valid
	ATT5	0,765	Valid
Norma Subyektif (SN)/X2	SN1	0,763	Valid
	SN2	0,727	Valid
	SN3	0,800	Valid
	SN4	0,747	Valid
Kendali Perilaku (PBC)/X3	PBC1	0,696	Valid
	PBC2	0,828	Valid
	PBC3	0,825	Valid
Minat (INT)/Y	INT1	0,711	Valid
	INT2	0,740	Valid
	INT3	0,804	Valid
	INT4	0,689	Valid
Religiusitas (REL)/Z	REL1	0,710	Valid
	REL2	0,790	Valid
	REL3	0,665	Valid
	REL4	0,794	Valid
	REL5	0,726	Valid
	REL6	0,624	Valid

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4,3 dapat dilihat bahwa seluruh item kuisisioner dalam penelitian memiliki nilai *loading factor* $> 0,60$. Dapat disimpulkan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan *convergent validity*.

b. *Diskriminan Validity*

Untuk mengukur validitas diskriminan, akar kuadrat AVE digunakan, Jika AVE untuk suatu variabel laten yang diberikan melebihi

kuadrat korelasi dengan variabel laten lainnya, maka variabel tersebut dapat dikatakan menampilkan *discriminant validity*, Oleh karena itu validitas yang ditunjukkan pada diagonal pada Tabel 4.4 sebagai berikut

Tabel 4.4
Hasil Uji Diskriminan Validity Antar Variabel

	Sikap (X1)	Norma Subyektif (X2)	Kendali Perilaku (X3)	Minat (Y)	Religiusitas (Z)
Sikap (X1)	0.759				
Norma Subyektif (X2)	0.570	0.760			
Kendali Perilaku (X3)	0.497	0.473	0.785		
Minat (Y)	0.520	0.514	0.651	0.737	
Religiusitas (Z)	0.492	0.596	0.579	0.633	0.721

Sumber : diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa akar AVE pada kolom diagonal lebih tinggi daripada korelasi antarvariabel pada kolom selain diagonal. Hal ini menunjukkan *diskriminan validity* telah terpenuhi dalam penelitian ini.

c. *Composite Reliability*

Adalah model pengukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk data yang memiliki nilai *composite reliability* > 0,70 merupakan data yang memiliki reliabilitas yang tinggi. Berikut nilai *composite reliability* dalam tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5
Nilai Composite Reliability

Variabel	Nilai Composite Reliability
Sikap (X1)	0,871
Norma Subyektif (X2)	0,845
Kendali Perilaku (X3)	0,827
Minat (Y)	0.826
Religiusitas (Z)	0.866

Sumber : diolah peneliti, 2022

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai composite reliability semua variabel dalam penelitian ini lebih dari 0,70. Maka dapat disimpulkan, konstruk penelitian dalam penelitian ini dapat dianggap dapat diandalkan.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian model struktural (*inner model*) terdiri atas uji kecocokan model (model fit), *path coefficient* dan R square (R^2). Adapun untuk uji kecocokan model dilakukan tiga indeks pengujian diantaranya dengan melihat hasil *average path coefficient* (APC), *average R-squared* (ARS) dan *average varians factor* (AVIF). Kriteria penerimaan indeks pengujian ini adalah hasil nilai *p-value* dari uji APC dan ARS $< 0,05$ dan hasil uji nilai AVIF < 5 sementara itu untuk hasil uji AVIF yang ideal adalah $< 3,3$. Berikut adalah hasil uji model struktural (*inner model*) yang disajikan dalam tabel 4.6, yaitu :

Tabel 4.6

Hasil uji model struktural (inner model)

Indeks Pengujian	Indeks Hasil	p-value	Ket
APC	0,194	$<0,001$	Diterima
ARS	0,500	$<0,001$	Diterima
AVIF	2,815		Diterima (Ideal)

Sumber : diolah peneliti, 2022

Hasil tabel 4.6 menjelaskan bahwa hasil APC memiliki indeks sebesar 0,194 dengan nilai *p-value* = $0,001 < 0,05$. Sementara itu untuk hasil uji ARS memiliki indeks sebesar 0,500 dengan nilai *p-value* = $0,001 < 0,05$. Untuk itu berdasarkan kriteria pengujian dengan melihat nilai *p-value* = $0,001 < 0,05$ maka sudah dapat dipastikan uji APC dan ARS memenuhi kriteria. Adapun untuk uji AVIF memiliki indeks sebesar $2,815 < 5$ dan $< 3,3$ maka dapat disimpulkan bahwa uji AVIF diterima dan ideal. Dengan

demikian. Maka, model struktural atau *inner model* dalam penelitian ini dapat diterima.

Nilai R-Square model penelitian kemudian ditentukan dengan melihat model struktural (*inner model*). R-Square digunakan untuk menguji kelayakan model pada setiap variabel laten independen terhadap variabel dependen. Tabel berikut menunjukkan hasil penggunaan WarpPLS 7.0 untuk menguji nilai R-Square:

Tabel 4.7
Nilai R-Square

Variabel	Nilai R-Square
Minat (Y)	0,50

Sumber : diolah peneliti, 2022

Nilai R-Square variabel minat pemanfaatan fintech sebesar 0,50, atau 50 persen, seperti terlihat pada Tabel 4.7. Hasil ini menunjukkan bahwa data yang dapat dideskripsikan dalam model ini menyumbang 50% dari total, dengan 50% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Non Response Bias

Tujuan dilakukan uji responses bias adalah untuk melihat apakah jawaban kuesioner yang diisi sebelum batas waktu pengisian yaitu selama 2 bulan (januari s/d februari) dengan jawaban kuesioner yang diisi sesudah batas waktu pengisian yaitu setelah bulan februari (sesudah 2 bulan). Hasil uji non responses bias dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 4.8

Hasil Uji Response Bias (T-Test)

Keterangan	Lama Waktu Pengisian	Mean	Std. Dev	F	Sig/P-Value
Sikap (X1)	Sebelum 2 bulan	20.9641	2.52487	11.553	0.456
	Sesudah 2 bulan	20.8095	2.47685		
Norma Subyektif (X2)	Sebelum 2 bulan	16.5179	2.28022	9.697	0.243
	Sesudah 2 bulan	16.2619	2.17646		
Kendali Perilaku (X3)	Sebelum 2 bulan	12.6205	1.50928	8.938	0.334
	Sesudah 2 bulan	12.5476	1.49866		
Minat (Y)	Sebelum 2 bulan	16.7744	2.36102	6.854	0.117
	Sesudah 2 bulan	16.2857	2.26485		
Religiusitas (Z)	Sebelum 2 bulan	24.5641	3.31969	12.549	0.165
	Sesudah 2 bulan	24.3277	3.26755		

Sumber : diolah peneliti, 2022

Hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata jawaban variabel sikap (X1) sebelum 2 bulan adalah sebesar 20.9641 dengan standar deviasi 2.52487. Nilai rata-rata jawaban variabel sikap sesudah 2 bulan sebesar 20.8095 dengan standar deviasi 2.47685. Hasil independen sampel T-Test menunjukkan nilai F sebesar 11.553 dengan p-value sebesar 0,537. Sehingga hasil uji response bias menghasilkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara jawaban responden atas pernyataan dari variabel sikap (X1) sebelum dan sesudah 2 bulan.

Hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata jawaban variabel norma subyektif (X2) sebelum 2 bulan adalah sebesar 16.5179 dengan standar deviasi 2.28022. Nilai rata-rata jawaban variabel sikap sesudah 2 bulan sebesar 16.2619 dengan standar deviasi 2.17646. Hasil independen sampel T-Test menunjukkan nilai F sebesar 9.697 dengan p-value sebesar 0.243. Sehingga hasil uji response bias menghasilkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara jawaban

responden atas pernyataan dari variabel norma subyektif (X2) sebelum dan sesudah 2 bulan.

Hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata jawaban variabel kendali perilaku (X3) sebelum 2 bulan adalah sebesar 12.6205 dengan standar deviasi 1.50928. Nilai rata-rata jawaban variabel sikap sesudah 2 bulan sebesar 12.5476 dengan standar deviasi 1.49866. Hasil independen sampel T-Test menunjukkan nilai F sebesar 8.938 dengan p-value sebesar 0.334. Sehingga hasil uji response bias menghasilkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara jawaban responden atas pernyataan dari variabel kendali perilaku (X3) sebelum dan sesudah 2 bulan.

Hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata jawaban variabel minat (Y) sebelum 2 bulan adalah sebesar 16.7744 dengan standar deviasi 2.36102. Nilai rata-rata jawaban variabel sikap sesudah 2 bulan sebesar 16.2857 dengan standar deviasi 2.26485. Hasil independen sampel T-Test menunjukkan nilai F sebesar 6.854 dengan p-value sebesar 0.117. Sehingga hasil uji response bias menghasilkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara jawaban responden atas pernyataan dari variabel minat (Y) sebelum dan sesudah 2 bulan.

Hasil pengujian seperti yang terlihat pada tabel 4.8 menunjukkan nilai rata-rata jawaban variabel religiusitas (Z) sebelum 2 bulan adalah sebesar 24.5641 dengan standar deviasi 3.31969. Nilai rata-rata jawaban variabel sikap sesudah 2 bulan sebesar 24.3277 dengan standar deviasi 3.26755. Hasil independen sampel T-Test menunjukkan nilai F sebesar

12.549 dengan p-value sebesar 0.165. Sehingga hasil uji response bias menghasilkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara jawaban responden atas pernyataan dari variabel religiusitas (Y) sebelum dan sesudah 2 bulan.

4. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk dapat membuktikan kebenaran atas dugaan penelitian atau hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat pengaruh langsung pengaruh moderasi. Sementara itu untuk melihat hubungan antar konstruk dalam hipotesis adalah dengan melihat path coefficients dan tingkat signifikansinya. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang dipakai sebesar 5% (0.05). Berikut ini adalah hasil uji hipotesis langsung dan tidak langsung diantaranya:

a. Hasil uji hubungan langsung hipotesis penelitian

Dalam pengujian hipotesis dibutuhkan nilai *path coefficient* dan nilai *p-value*. Penerimaan suatu hipotesis apabila nilai *p-value* < 0.05 , adapun dasar hasil pengujian secara langsung adalah nilai *ouput path coefficients*. Adapun hasil pengujian hubungan langsung didalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian

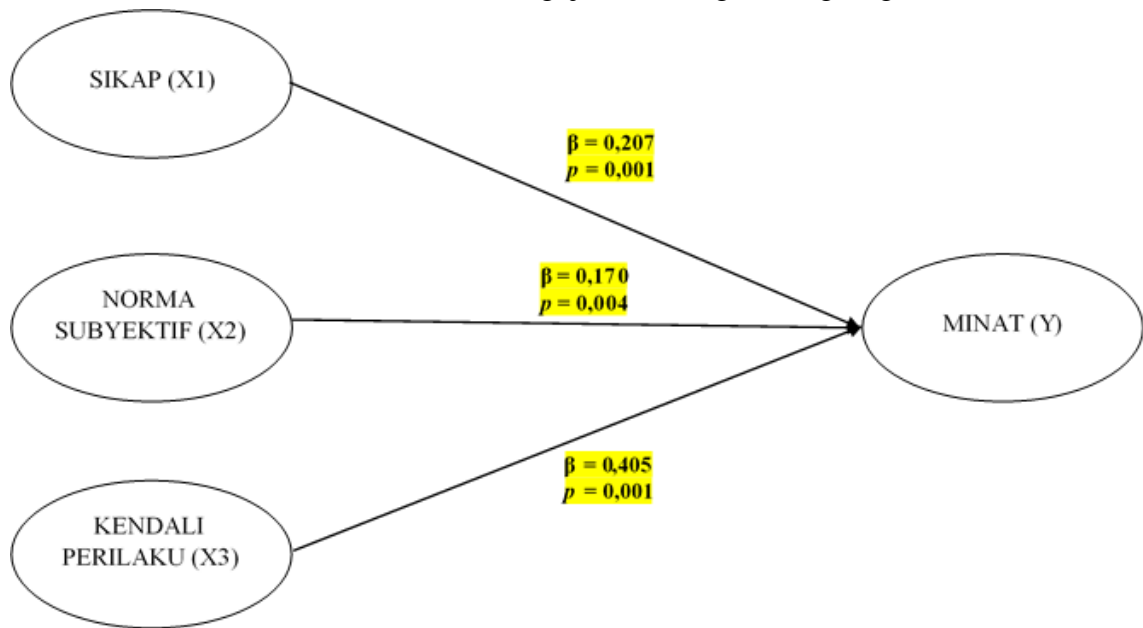
Hipotesis Penelitian	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
X1 => Y	0,207	0,001 < 0,05	Diterima
X2 => Y	0,170	0,001 < 0,05	Diterima
X3 => Y	0,405	0,001 < 0,05	Diterima

Sumber : diolah peneliti, 2022

Sementara itu disajikan gambar model penelitian serta hasil uji dari hubungan langsung yang diperoleh berdasarkan pengelolaan data yang dilakukan oleh peneliti, sebagai berikut:

Gambar 4.1

Model Penelitian Pengujian Hubungan Langsung



Sumber : Hasil olahdata WarpPLS 7.0, 2022

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan variabel sikap (X1) terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Adapun hasil penelitian menunjukkan nilai $p\text{-value} = 0,001$ dengan nilai path coefficient 0,207. Angka tersebut mengasumsikan jika terjadi peningkatan terhadap variabel sikap dalam bentuk persen sebesar 1%. Maka, minat menggunakan fintech akan meningkat sebesar 0,207 atau dalam satuan persen sebesar 20,7%.

Sementara itu dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan variabel norma subyektif (X2) terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Adapun hasil penelitian menunjukkan nilai $p\text{-value} = 0,001$ dengan nilai path

coefficient 0,170. Angka tersebut mengasumsikan jika terjadi peningkatan terhadap variabel norma subyektif dalam bentuk persen sebesar 1%. Maka, minat menggunakan fintech akan meningkat sebesar 0,170 atau dalam satuan persen sebesar 17%.

Adapun itu dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan variabel kendali perilaku (X3) terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Adapun hasil penelitian menunjukkan nilai *p-value* = 0,001 dengan nilai *path coefficient* 0,405. Angka tersebut mengasumsikan jika terjadi peningkatan terhadap variabel kendali perilaku dalam bentuk persen sebesar 1%. Maka, minat menggunakan fintech akan meningkat sebesar 0,405 atau dalam satuan persen sebesar 40,5%.

b. Hasil uji pengaruh moderasi hipotesis penelitian

T-statistik /koefisien jalur dan nilai-p diperlukan untuk pengujian hipotesis penelitian pengaruh moderasi. Penerimaan hipotesis variabel moderasi jika *p-value* kurang dari 0,05, dengan nilai koefisien jalur keluaran sebagai landasan temuan uji moderasi. Adapun hasil pengujian moderasi didalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10

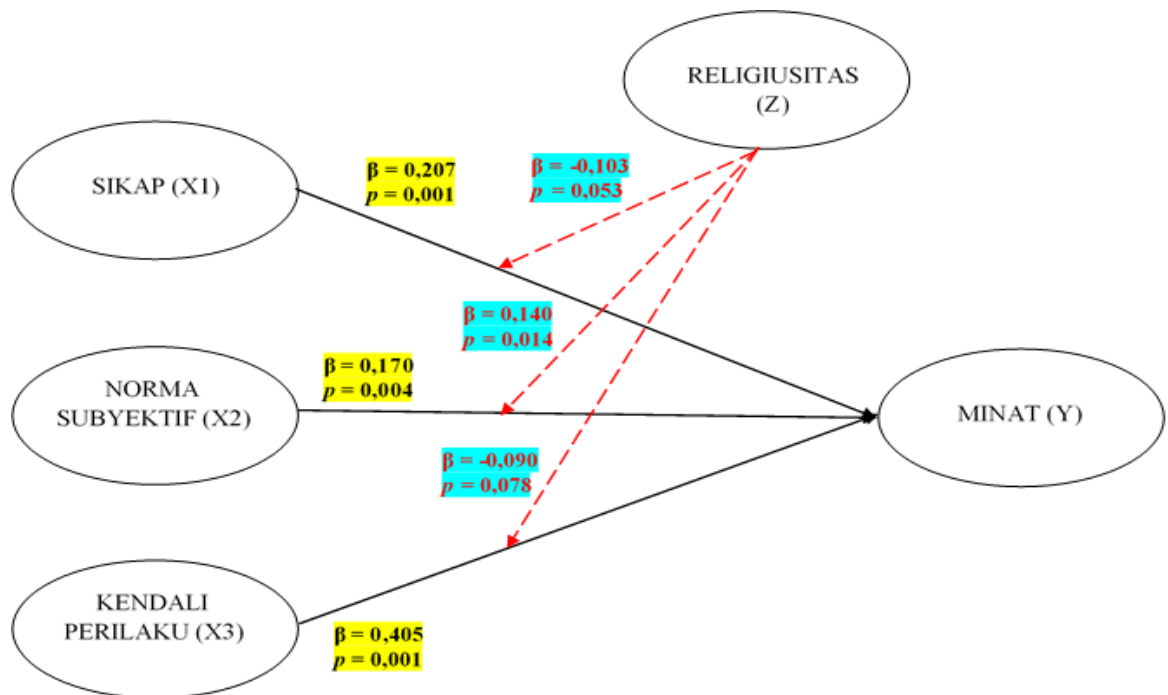
Hasil Uji Pengaruh Moderasi Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
X1*Z => Y	-0,103	0,053 > 0,05	Ditolak
X2*Z => Y	0,140	0,014 < 0,05	Diterima
X3*Z => Y	-0,090	0,078 > 0,05	Ditolak

Sumber : diolah peneliti, 2022

Sementara itu disajikan gambar model penelitian serta hasil dari pengujian moderasi yang diperoleh berdasarkan pengelolaan data yang dilakukan oleh peneliti, sebagai berikut:

Gambar 4.2
Model Penelitian Pengujian Pengaruh Moderasi



Sumber : Hasil olahdata WarpPLS 7.0, 2022

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dijelaskan bahwa tidak adanya pengaruh moderasi dari variabel religiusitas terhadap hubungan variabel sikap (X1) dan minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Sementara itu hasil penelitian menunjukkan nilai $p\text{-value} = 0,053$ atau $> 0,05$ dengan nilai $path\ coefficient$ $-0,103$. Adapun juga didapatkan bahwa tidak terdapat pengaruh moderasi dari variabel religiusitas terhadap hubungan antara variabel kendali perilaku (X3) dan minat menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. Hasil penelitian menunjukkan nilai $p\text{-value} = 0,078$ atau $> 0,05$ dengan nilai $path\ coefficient$ $-0,090$.

Hasil penelitian yang berbeda didapatkan pada hubungan norma subyektif terhadap minat menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura dikarenakan variabel religiusitas memoderasi (memperlemah) hubungan antara kedua variabel tersebut. Disajikan hasil penelitian dengan nilai $p\text{-value} = 0,014$ atau $< 0,05$ dengan nilai $path\ coefficient$ $0,140$ atau $< 0,170$.

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas pengaruh secara langsung variabel sikap, norma subyektif dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. Selain itu juga dalam penelitian ini membahas pengaruh moderasi dari variabel religiusitas sebagai variabel moderasi. Pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut

A. Sikap berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 dan gambar 1 pada hasil penelitian, dapat diketahui bahwa sikap berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura dengan nilai *path coefficient* 0,207 dan *p-value* = 0,001 < 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan adanya hubungan signifikan dan positif antara sikap dengan minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

Adapun hasil penelitian dimaksudkan jika seseorang memiliki sikap dengan penilaian yang positif terhadap fintech pada lembaga perbankan maka intensi minat dari seseorang tersebut akan meningkat untuk menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. Maka, hal ini mengindikasikan kepada lembaga perbankan bahwa untuk meningkatkan minat menggunakan fintech pada masyarakat Kota Jayapura adalah dengan membangun persepsi positif layanan fintech pada lembaga perbankan.

Sementara itu berdasarkan pada tabel 4.2 hasil statistik deskriptif penelitian, diperoleh skor mean item tertinggi pada pernyataan 4 (ATT-4) dengan pernyataan “kehadiran fintech mampu mendorong saya untuk bertransaksi secara online”. Disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden telah memiliki kepercayaan yang sangat baik serta dorongan untuk bertransaksi online dikarena hadirnya fintech. Perkembangan suatu teknologi berbasis digital dapat dilihat salah satunya dengan penetrasi pengguna internet. Survey yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada tahun 2020 menyimpulkan bahwa Kota Jayapura mempunyai penetrasi pengguna internet 87% dari total penduduk (APJII, 2017). Hasil survey ini membuktikan bahwa lebih dari setengah masyarakat Kota Jayapura menggunakan atau dapat mengakses internet. Maka, dorongan untuk bertransaksi secara online dengan hadirnya fintech dikalangan masyarakat tentunya berdasarkan pengalaman yang dirasakan saat menggunakan teknologi berbasis digital dan bukan hanya asumsi yang tidak beralasan.

Dalam beberapa studi penelitian didapatkan sikap berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap minat dalam mengadopsi/ menggunakan m-banking (Gupta & Arora, 2017), minat menggunakan fintech dikalangan mahasiswa (Leniwati et al., 2021), minat menggunakan financial service berbasis teknologi (Ng & Kwok, 2017) dan minat dalam menggunakan aplikasi simulasi trading pada kalangan muda (Sharif & Naghavi, 2021). Selain itu ditemukan juga bahwa sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi pada bidang perbankan (Aboelmaged & Gebba, 2013; Lin, 2011; A. A. Shaikh & Karjaluo, 2015)

B. Norma subyektif berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 dan gambar 1 pada hasil penelitian, dapat diketahui bahwa norma subyektif berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura dengan nilai *path coefficient* 0,170 dan *p-value* < 0,05. Dengan demikian, adanya hubungan yang signifikan dan positif antara norma subyektif dan minat dalam penelitian ini. Adapun hasil penelitian dimaksudkan jika seseorang mendapatkan penilaian dan pengaruh yang positif dari keluarga, teman, orang sekitar dan orang lain tentang fintech pada lembaga perbankan maka akan pula meningkatkan intensi minat seseorang untuk menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura.

Sementara itu berdasarkan pada tabel 4.2 hasil statistik deskriptif penelitian, diperoleh skor mean item tertinggi pada pernyataan 3 (SN-3) dengan pernyataan “orang-orang disekitar saya menggunakan fintech untuk transaksi keuangan mereka”. Disimpulkan bahwa responden memiliki interaksi yang tinggi antar sesama orang disekitarnya dan tidak acuh terhadap lingkungannya, fenomena seperti ini merupakan bentuk budaya yang sudah tertanam pada masyarakat di Indonesia yang merupakan negara ramah bukan negara yang apatis. Sementara itu temuan di lapangan oleh peneliti juga menjelaskan bahwa masyarakat Kota Jayapura merupakan masyarakat yang sering saling berinteraksi satu sama lain. Untuk itu dampak norma subjektif dapat dirasakan sebagai pengaruh sosial normatif (Burnkrant & Cousineau, 1975; Lord et al., 2001). Hal ini tentang apakah keputusan tersebut dapat diterima oleh orang lain. Jika ada banyak

pilihan di tangan, orang cenderung memilih salah satu yang telah dipilih oleh banyak orang sekitar (Alqasa et al., 2014; Burnkrant & Cousineau, 1975; Sun, 2013). Karena norma subjektif, orang cenderung mengembangkan kepercayaan tanpa memikirkan secara menyeluruh berbagai aspek keputusan. Untuk itu, peningkatan minat menggunakan fintech di Kota Jayapura oleh lembaga perbankan perlu dilakukan dengan cara mengikutsertakan para influencer dan content creator serta orang-orang disekitar dengan membawakan informasi penilaian yang positif dalam menggunakan fintech pada lembaga perbankan.

Beberapa penelitian menemukan bahwa norma subyektif mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *fintech* pada kehidupan masyarakat diantaranya penggunaan website (Belanche et al., 2012), penggunaan fintech pada transportasi online (Setiawan et al., 2020). Adapun penelitian lain juga menemukan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan e-money (Aji et al., 2020), serta minat bersedekah dan berinfaq melalui *fintech* dipengaruhi oleh norma subyektif (Kharisma & Putri, 2020).

C. Kendali perilaku berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 dan gambar 1 pada hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kendali perilaku berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura dengan nilai *path coefficient* 0,405 dan p-value < 0,05. Dengan demikian, adanya hubungan secara langsung antara kendali perilaku dan minat dalam penelitian ini. Adapun hasil penelitian dimaksudkan jika seseorang memiliki pengetahuan, kemampuan serta fasilitas sarana dan

prasarana yang baik maka akan meningkatkan minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. hasil temuan di lapangan oleh peneliti menjelaskan bahwa fasilitas sarana dan prasarana yang terdiri atas penyebaran mesin ATM, jaringan internet dan layanan informasi yang ada juga sudah cukup baik disediakan oleh lembaga perbankan di Kota Jayapura.

Sementara itu berdasarkan pada tabel 4.2 hasil statistik deskriptif penelitian, diperoleh skor mean item tertinggi pada pernyataan 2 (PBC-2) dengan pernyataan “saya memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk menggunakan fintech”. Disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini telah memiliki akses dalam menggunakan fintech pada lembaga perbankan sangat baik. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dilaksanakan pada 12.773 responden dengan rentang usia 15-79 tahun di 34 Provinsi. Hasil survei menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan di Indonesia sangat baik dengan persentase sebesar 76.19%. Sementara untuk indeks inklusi keuangan di Kota Jayapura Provinsi Papua mencapai 69.11% (OJK, 2019). Hal ini membuktikan bahwa setiap individu memiliki kemudahan dalam mengakses produk dan jasa keuangan yang dibuktikan dengan tingginya indeks inklusi keuangan.

Hasil studi empiris menunjukkan pengaruh langsung kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada mahasiswa (Leniwati et al., 2021). Penelitian lain juga menjelaskan bahwa kendali perilaku berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *fintech* syariah (Niswah et al., 2019). serta minat dalam penggunaan *e-coupon* (Kang et al., 2010).

D. Religiusitas mampu memoderasi hubungan norma subyektif serta religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan sikap dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.8 dan gambar 2 pada hasil penelitian, dapat diketahui bahwa religiusitas mampu memoderasi hubungan norma subyektif terhadap minat dengan p-value $0,014 < 0,05$. Sementara itu dengan melihat koefisien beta $0,140 < 0,170$ mengindikasikan religiusitas memoderasi (memperlemah) hubungan norma subyektif dan minat menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. Hasil penelitian ini dimaksudkan jika seseorang memiliki persepsi pribadi yang baik atas orang lain tentang menggunakan fintech dan kemudian orang yang dipersepsikan memiliki religiusitas yang tinggi maka akan memperlemah minat seseorang untuk menggunakan fintech jika direkomendasikan menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. Hal ini dikarenakan seseorang dengan religiusitas yang tinggi akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan fintech bukan berdasarkan pengalaman yang didapat melainkan dengan pandangan dari agama yang dianutnya. Penelitian menemukan bahwa religiusitas memoderasi secara negatif terhadap minat menggunakan *fintech* (Noor Adiyati, 2020).

Sementara itu religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan sikap terhadap minat dengan p-value $0,053 > 0,05$ dan koefisien beta $-0,103$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi sikap positif atau negatif dari penggunaan fintech berdasarkan penilaian agama yang dianut individu tidak

mampu memperkuat atau memperlemah sikap positif maupun negatif berdasarkan pengalaman dan pandangan seorang individu dalam menggunakan fintech.

Adapun itu religiusitas juga tidak mampu memoderasi hubungan antara kendali perilaku dan minat dengan nilai $p\text{-value } 0,078 > 0,05$ dan koefisien beta $-0,090$. Hasil penelitian dimaksudkan jika seseorang memiliki religiusitas yang baik tidak ada pengaruhnya sama sekali terhadap pengetahuan, kemampuan serta sarana dan prasarana dalam meningkatkan minat menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. Religiusitas ditemukan memoderasi hubungan antara sikap dan minat serta kendali perilaku dan minat dalam penelitian yang mengandung unsur keagamaan seperti brand halal, makanan halal dan fintech yang mengandung unsur syariah diantaranya dalam menggunakan produk komestik halal (Abd Rahman et al., 2015), pemilihan jasa kecantikan halal (Suparno, 2017) dan minat membeli makanan halal (Elseidi, 2018).

Pembahasan diatas menjelaskan terkait pengukuran minat dengan menggunakan Theory Planned Behavior (TPB)/ Teori Perilaku Terencana yang dicetuskan oleh Icek Ajzen, terdapat bentuk pengembangan dari penggunaan teori TPB dalam penelitian ini dengan menambahkan religiusitas sebagai variabel moderasi. Maka, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel sikap, norma subyektif dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Sementara itu untuk religiusitas hanya mampu memoderasi (memperlemah) hubungan antara

norma subyektif dan minat sedangkan untuk sikap dan kendali perilaku terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura tidak mampu memoderasi.

Hal ini pun dapat memberikan gambaran minat menggunakan fintech serta menjadi rujukan ilmiah dalam meningkatkan minat diantaranya adalah dengan melalui sikap yaitu memberikan dan menjaga gambaran/citra positif fintech lembaga perbankan terhadap masyarakat Kota Jayapura. Adapun melalui norma subyektif yaitu bekerja sama dengan para *conten creator* dan *influencer* untuk dapat mengajak menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura. sementara itu melalui kendali perilaku diharapkan dapat membangun sarana dan prasarana yang lebih baik lagi sehingga dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji analisis data, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. Hal ini menunjukkan bahwa warga Kota Jayapura sudah menguasai fintech dan memanfaatkannya secara efektif di lembaga perbankan.
2. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemanfaatan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura. menurut hasil uji analisis data, hal ini juga dapat menunjukkan bahwa warga Kota Jayapura ramah dan sering berkomunikasi satu sama lain, sehingga pengaruh sosial dari keluarga, teman, tetangga, dan individu lainnya, yang mengarah pada minat untuk menggunakan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura.
3. Ketertarikan mengadopsi fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura dipengaruhi oleh kendali perilaku secara positif dan signifikan, hasil uji analisis data dilakukan dengan mengkaji pengetahuan dan kapasitas seseorang untuk menggunakan layanan fintech di lembaga perbankan. Sehingga hal ini dapat menunjukkan bahwa literasi keuangan, inklusi keuangan, dan pembangunan infrastruktur di Kota Jayapura sudah baik.
4. Menurut hasil penelitian, religiusitas memiliki kemampuan untuk memoderasi (memperlemah) hubungan antara norma subjektif dan minat.

Sementara itu, religiusitas tidak mampu memoderasi keterkaitan antara sikap dan minat, serta kendali perilaku dan minat penggunaan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

B. Saran

Berdasarkan temuan, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian, banyak rekomendasi/saran untuk memberikan keuntungan kepada orang-orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Berikut beberapa rekomendasi/saran penelitian:

1. Bagi lembaga perbankan penyedia fintech

Temuan penelitian ini dimaksudkan sebagai dasar untuk membuat penilaian dan memberlakukan peraturan perundang-undangan di Kota Jayapura yang semakin tertarik dengan fintech pada lembaga perbankan. Sehingga dapat membuat masyarakat Kota Jayapura menjadi melek akan teknologi digital dan mampu bersaing dalam era revolusi industri saat ini.

Sebagai bentuk upaya untuk mengedukasi dan mensosialisasikan fintech pada masyarakat, diharapkan lembaga perbankan dapat memaksimalkan peran media sosial, market place dan mengajak kolaborasi bersama influencer guna meningkatkan minat menggunakan fintech pada nasabah perbankan di Kota Jayapura.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Studi lebih lanjut diperlukan untuk memasukkan berbagai variabel tambahan, karena ada sekitar 50% minat untuk memanfaatkan fintech pada lembaga perbankan di Kota Jayapura, yang dipengaruhi oleh faktor lain. Selain itu, Analisis multigroup (MGA) diharapkan dapat dimasukkan ke

dalam pendekatan analisis data untuk menguji kekokohan temuan tes langsung dengan melihat jenis kelompok yang diusulkan berdasarkan jenis kelamin, jenis usia, jenis pendidikan terakhir, dan jenis keyakinan yang dianut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, A., Asrarhaghghi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Abdul, M., Abdul, A., Fikri, M., Bakar, A., Zaaba, M. K., & Hassan, F. (2019). Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry. In *Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-2677-6>
- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35–50. <https://doi.org/10.24102/ijbrd.v2i1.263>
- Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(1), 32–54. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>
- Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2020). The effects of subjective norm and knowledge about riba on intention to use e-money in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1180–1196. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2019-0203>
- Ajzen, Icek. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *Action Control*, 11–39.
- Ajzen, & Fishbein. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice Hall.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 1369–1376. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Akbari, M., Gholizadeh, M. H., & Zomorodi, M. (2018). Islamic symbols in food packaging and purchase intention of Muslim consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 117–131. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2014-0076>
- Ali, A., Xiaoling, G., Sherwani, M., & Ali, A. (2018). Antecedents of consumers' Halal brand purchase intention: an integrated approach. *Management Decision*, 56(4), 715–735. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2016-0785>
- Alqasa, K. M., Isa, F. M., Othman, S. N., & Zolait, A. H. S. (2014). The impact of students' attitude and subjective norm on the behavioural intention to use services of banking system. *International Journal of Business Information Systems*, 15(1), 105–122. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2014.057967>
- Ambak, K., Kasvar, K. K., Daniel, B. D., Prasetijo, J., & Ghani, A. R. A. (2016). Behavioral intention to use public transport based on theory of planned behavior. *MATEC Web of Conferences*, 47.

<https://doi.org/10.1051/mateconf/20164703008>

- APJII. (2017). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii*, 51.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.2676553>
- Arul, F. (2021). *OJK Papua & Papua Barat Pastikan Industri Jasa Keuangan Tumbuh Positif - EKONOMI | RRI Jayapura* /. https://rri.co.id/jayapura/ekonomi/1173751/ojk-papua-papua-barat-pastikan-industri-jasa-keuangan-tumbuh-positif?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General Campaign
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). *Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja*. 3(02), 126–129.
- Ayudya, A. C., & Wibowo, A. (2018). The Intention to Use E-Money using Theory of Planned Behavior and Locus of Control. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 335–349. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1691>
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2019). Artificial Intelligence in FinTech: understanding robo-advisors adoption among customers. *Industrial Management and Data Systems*, 119(7), 1411–1430. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2018-0368>
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Guinalíu, M. (2012). Website usability, consumer satisfaction and the intention to use a website: The moderating effect of perceived risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 124–132. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2011.11.001>
- Burnkrant, R. E., & Cousineau, A. (1975). Informational and Normative Social Influence in Buyer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 206. <https://doi.org/10.1086/208633>
- Chen, M. F. (2017). Modeling an extended theory of planned behavior model to predict intention to take precautions to avoid consuming food with additives. *Food Quality and Preference*, 58, 24–33. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.01.002>
- Clayton. (2017). Disruptive technologies. *Flexo*, 42(2), 28–30. https://doi.org/10.1057/978-1-349-95968-6_3
- Conner, M., & Armitage, C. J. (2015). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>
- Coopers, P. W. (2016). How FinTech is shaping financial services. Global FinTech report. *Blurred Lines*. <https://www.pwc.de/de/newsletter/finanzdienstleistung/assets/insurance-inside-ausgabe-4-maerz-2016.pdf>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information Technology. *Delle Vicende Dell'agricoltura in Italia; Studio e*

- Note Di C. Bertagnolli., 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Deb, M., & Lomo-David, E. (2014). An empirical examination of customers' adoption of m-banking in India. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(4), 475–494. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0119>
- DeMarree, K. G., Clark, C. J., Wheeler, S. C., Briñol, P., & Petty, R. E. (2017). On the pursuit of desired attitudes: Wanting a different attitude affects information processing and behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 70, 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2017.01.003>
- Ellen Chandra, B. Sc, B. E. (n.d.). *Fintech: Pengertian, Klasifikasi, dan Manfaatnya*. Retrieved December 19, 2021, from <https://www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/>
- Elseidi, R. I. (2018). Determinants of halal purchasing intentions: evidences from UK. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 167–190. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2016-0013>
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., Mccole, P., Ramsey, E., Lim, K. H., & Echanisms, M. (2014). *Trust , Satisfaction , And Online Epurchase Intention : The Moderating Role Of Perceived Effectiveness Of E-Commerce Institutional*. 38(2), 407–428.
- Farouk, A. U., Md Idris, K., & Saad, R. A. J. Bin. (2018). Moderating role of religiosity on Zakat compliance behavior in Nigeria. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(3), 357–373. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-05-2017-0122>
- Ferinaldy, F. (2019). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku Dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas YARSI)*.
- Gao, L., Wang, S., Li, J., & Li, H. (2017). Application of the extended theory of planned behavior to understand individual's energy saving behavior in workplaces. *Resources, Conservation and Recycling*, 127(August), 107–113. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.08.030>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM. SPSS). Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Hengky. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi*. Undip.
- Group, F. I. and N. I. on A. W. (1999). *Multidimensional Measurement Of Religiousness, Spirituality For Use In Health Research*. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Fetzer+Institute+and+National+Institute+on+Aging+Working+Group.+%281999%29.+Multidimensional+Measurement+Of+Religiousness%2C+Spirituality+For+Use+In+Health+Research.+Fetzer+Institute+in+Collaboration
- Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>

- Gupta, A., & Arora, N. (2017). Consumer adoption of m-banking: a behavioral reasoning theory perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 733–747. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0162>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Hasbullah, N. A., Osman, A., Abdullah, S., Salahuddin, S. N., Ramlee, N. F., & Soha, H. M. (2016). The Relationship of Attitude, Subjective Norm and Website Usability on Consumer Intention to Purchase Online: An Evidence of Malaysian Youth. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 493–502. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00061-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00061-7)
- Hidayat, R., Akhmad, S., & Machmud, M. (2015). Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7(2), 151–164. <https://doi.org/10.15408/aiq.v7i2.1681>
- Incubator, T. D. (2016). *The Role of Data Science in Fintech*. The Data Incubator.
- Indonesia, F. (n.d.). *Fintech Indonesia*. Retrieved December 19, 2021, from <https://www.fintech.id/id>
- Iranmanesh, M., Mirzaei, M., Parvin Hosseini, S. M., & Zailani, S. (2020). Muslims' willingness to pay for certified halal food: an extension of the theory of planned behaviour. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 14–30. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2018-0049>
- Jayapura, P. K. (2020). *Bab 4 Profil Kota Jayapura: Vol.* (pp. 56–91). Pemerintah Kota Jayapura Dinas Pekerjaan Umum Bidang Cipta Karya. http://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRP_IJM_46caaca5a2_BAB_IVBab_4_Profil_Kota_Jayapura_ok.pdf
- Jukri Baharuddin. (2021). *Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19*. 7(03), 1306–1312.
- Kang, H., Hahn, M., David R, F., Hyun, Y. J., & Eom, Y. (2010). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 30(6), 461–469. <https://doi.org/10.1002/mar>
- Karim, A. (2011). *Bank islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Rajawali Press.
- Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). Teori Of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Berinfak Dan Sedekah Melalui Financial Technology. *Perada: Jurnal Studi Islam Kawasan Melayu*, 3(2), 145–154.
- Khatimah, H., & Halim, F. (2016). The effect of attitude and its decomposed, subjective norm and it decomposed on intention to use E-money server in Indonesia. *Journal of Scientific Research and Development*, 3(1), 21–32. www.jsrad.org
- Lee, D., Chuen, K., & Low, L. (2018). Inclusive Fintech (Blokchain, Cryptocurrency, and ICO). *New York World Scientific*, 1.

- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>
- Leniwati, D., Brilyan, P. R., & Wahyuni, D. (2021). *PLANNED BEHAVIOR ON STUDENT ' S INTEREST IN USING*. 11(3), 467–482. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i3.17903>
- Li, J., Zuo, J., Cai, H., & Zillante, G. (2018). Construction waste reduction behavior of contractor employees: An extended theory of planned behavior model approach. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1399–1408. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.138>
- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252–260. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Lord, K. R., Lee, M.-S., & Choong, P. (2001). Differences in Normative and Informational Social Influence. *ACR North American Advances*, NA-28. <https://www.acrwebsite.org/volumes/8490/volumes/v28/NA-28/full>
- Mazambani, L., & Mutambara, E. (2020). Predicting FinTech innovation adoption in South Africa: the case of cryptocurrency. *African Journal of Economic and Management Studies*, 11(1), 30–50. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-04-2019-0152>
- Miswan Ansori. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 5(1), 32–45.
- NDRC. (n.d.). Retrieved December 19, 2021, from <https://www.ndrc.ie/>
- Ng, A. W., & Kwok, B. K. B. (2017). Emergence of Fintech and cybersecurity in a global financial centre: Strategic approach by a regulator. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 25(4), 422–434. <https://doi.org/10.1108/JFRC-01-2017-0013>
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). Muslim Millennial ' S Intention of Donating for. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623–644.
- Noor Adiyati, A. R. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Niat Menggunakan Kembali dengan Moderasi Religiusitas Pada Layanan OVO di Wilayah Surabaya dan Sidoarjo*. 2507(February), 1–9.
- OJK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Download/516>
- Premi, M. (2014). *Religion in A Demographic*. 39(39), 4297–4302.
- Primasari, D. (2018). Akuntansi Keperilakuan: Konsep Dann Teori Empiris Dalam Riset Akuntansi. In *Penulis Muda*.
- Puspitasari, N., Meifindasari, S., & M, A. A. K. (2021). *Student Investment Interest in Sharia Fintech*. 194(Icombest), 140–146.

- Putri, M. Z. (2020). Pengaruh Risiko Keamanan, Risiko Keuangan Dan Risiko Sosial Terhadap Kepercayaan Pada Layanan Mobile Fintech Aplikasi Dana, Dengan Moderasi Religiusitas Di Surabaya Dan Sidoarjo. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*, 3, 103–111.
- Rani, N., & Souiden, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143–161.
- Romanova, I., & Kudinska, M. (2016). Banking and fintech: A challenge or opportunity? *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, 98, 21–35. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920160000098002>
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Setiawan, A., Setyasih, R. D., & Hosana, L. J. (2020). Analisis Faktor – Faktor Penggunaan Financial Technology pada Sistem Pembayaran Transportasi Online. *Monex*, 9, 30–37. <http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/1640>
- Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Shaikh, I. M., Qureshi, M. A., Noordin, K., Shaikh, J. M., Khan, A., & Shahbaz, M. S. (2020). Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model. *Foresight*, 22(3), 367–383. <https://doi.org/10.1108/FS-12-2019-0105>
- Sharif, S. P., & Naghavi, N. (2021). Online Financial Trading among Young Adults: Integrating the Theory of Planned Behavior, Technology Acceptance Model, and Theory of Flow. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(10), 949–962. <https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1861761>
- Shin, Y. H., & Hancer, M. (2016). The role of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and moral norm in the intention to purchase local food products. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(4), 338–351. <https://doi.org/10.1080/15378020.2016.1181506>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0* (C. Mitak (Ed.)). CV Andi Offset.
- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: The influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143–161. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>
- Sugiono, S. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2019). Predicting behavioural intention toward Islamic bank: a multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1091–1103. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>

- Suhartanto, D., Farhani, N. H., Muflih, M., & Setiawan. (2018). Loyalty intention towards Islamic Bank: The role of religiosity, image, and trust. *International Journal of Economics and Management*, 12(1), 137–151.
- Sujadi, & Saputro, E. P. (2018). *E-banking : Urgensi Aspek Trust di era E-Service*. Raja GrafindoPersada.
- Sun, H. (2013). *A Longitudinal Study of Herd Behavior in the Adoption and Continued Use of Technology*. 37(Desember), 1013–1041.
- Sungkar, I. (2010). Consumer awareness: thoughts and trends across the globe. *The Halal Journal*, 2(1), 22–28.
- Suparno, C. (2017). Antecedent Niat Untuk Memilih Jasa Halal Beauty Center: Aplikasi Theory of Planned Behavior Dan Peran Religiusitas. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(1), 1–8. <https://doi.org/10.24856/mem.v32i1.468>
- Supriyanto, A. S., & Ekowati, V. M. (2019). *Riset Manajemen SDM* (Edisi 1). Inteligencia Media.
- Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. UIN-Malang Press.
- Tan, C. S., Ooi, H. Y., & Goh, Y. N. (2017). A moral extension of the theory of planned behavior to predict consumers' purchase intention for energy-efficient household appliances in Malaysia. *Energy Policy*, 107(May), 459–471. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2017.05.027>
- Tang, G., & Li, D. (2015). Is there a relation between religiosity and customer loyalty in the Chinese context? *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 639–647. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12197>
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176. <https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144>
- Tsai, C. H., Zhu, D. S., Ho, B. C. T., & Wu, D. D. (2010). The effect of reducing risk and improving personal motivation on the adoption of knowledge repository system. *Technological Forecasting and Social Change*, 77(6), 840–856. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2010.01.011>
- Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). Why don't men ever stop to ask for directions? Gender, social influence, and their role in technology acceptance and usage behavior. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 24(1), 115–136. <https://doi.org/10.2307/3250981>
- Warsame, M. H., & Ileri, E. M. (2018). Moderation effect on mobile microfinance services in Kenya: An extended UTAUT model. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 18, 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2018.01.008>
- Wijayanti, D. M., & Pradipta, H. (2017). *Sharia Fintech: Positive innovation in consumer perspective*. Chapter Presented at the International Seminar Akademik Network on Competition. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Wijayanti%2C+D.+M.%2C+%26+Pradipta%2C+H.+%282017%29.+Sharia+Fintech%3A+Positive+innovation+in+consumer+perspective.+Chapter+presented+at+the+Inter

national+Seminar+Academik+Network+on+Competition+Poli

Wiji; Nurastuti. (2018). *Teknologi Perbankan*. Graha Ilmu.

Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28–42. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>

Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *Structural Equation Modeling*. Salemba Infotek.

Yoon, C., & Kim, H. (2013). Understanding computer security behavioral intention in the workplace: An empirical study of Korean firms. *Information Technology and People*, 26(4), 401–419. <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2012-0147>

Yzer, M. (2012). Perceived behavioral control in reasoned action theory: A dual-aspect interpretation. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 640(1), 101–117. <https://doi.org/10.1177/0002716211423500>

KUISIONER PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jl. Ir. Soekarno No. 34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telp. (0341) 531133 Fax (0341) 531130
Website : <http://pasca.uin-malang.ac.id>, email : pps@uin-malang.ac.id

Jayapura, 01 Januari 2022

Assalamualaikum Wr. Wb

Bapak/ Ibu yang terhormat

Perkenalkan saya **Jukri Baharuddin** mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang program studi Ekonomi Syari'ah, saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/ibu memberikan respon terkait kuesioner penelitian tesis saya yang berjudul *“Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kendali Perilaku Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (FINTECH) dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Lembaga Perbankan di Kota Jayapura”*.

Kuesioner ini bertujuan untuk kepentingan penelitian ilmiah, sehingga jawaban Bapak/ibu memberikan kontribusi besar bagi pengembangan pengetahuan. Jawaban yang diberikan tidak berhubungan dengan status kedudukan Bapak/ibu. Oleh karena itu diharapkan Bapak/ibu memberikan pernyataan yang benar-benar sesuai dengan diri Bapak/ibu.

Saya ucapkan banyak terimakasih atas kesediaan Bapak/ibu menjadi responden pada penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Jukri Baharuddin
Peneliti

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KENDALI PERILAKU
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* (FINTECH)
DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA LEMBAGA
PERBANKAN DI KOTA JAYAPURA

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner berikut dibuat untuk mengukur niat menggunakan fintech pada masyarakat Kota Jayapura dengan jenis *fintech mobile banking, internet banking, sms banking dan phone banking*. Indikator untuk menilai pernyataan kuesioner adalah:
 - a. Sangat setuju dengan skor 5
 - b. Setuju dengan skor 4
 - c. Ragu-ragu dengan skor 3
 - d. Tidak setuju skor 2
 - e. Sangat tidak setuju skor 1
2. Mohon melengkapi identitas diri bapak/ibu/saudara/saudari pada bagian karakteristik responden dengan memberikan tanda checklist (√) pada kolom sesuai dengan identitas diri.

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin :
 Pria Wanita
2. Usia :
 < 25 tahun 25-45 tahun 45-65 tahun > 65 tahun
3. Pekerjaan :
 Mahasiswa Karyawan Swasta Wirausaha Pegawai Negeri
4. Pendidikan terakhir :
 SMP/MTS/Sederajat SMA/SMK/Sederajat Strata-1
 Strata-2 Starata-3
5. Status perkawinan :
 Kawin Belum kawin
6. Agama :
 Islam Kristen Hindu Budha Konghucu
7. Suku :
 Jawa/Bali/Madura Sumatera/ Aceh Sulawesi
 Kalimantan Papua/Maluku

C. Instrument Penelitian

1. Sikap/ X1 (ATT)

No	Pernyataan	Skala Indikator				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya percaya menggunakan fintech dalam transaksi keuangan adalah ide yang bagus.					
2.	Saya merasa fintech membuat transaksi keuangan saya menjadi lebih cepat					
3.	Saya merasa percaya diri saat menggunakan fintech.					
4.	Kehadiran fintech mampu mendorong saya untuk bertransaksi secara online.					
5.	Fintech sangat ramah bagi masyarakat penggunanya.					

2. Norma subyektif/ X2 (SN)

No	Pernyataan	Skala Indikator				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Keluarga saya percaya bahwa menggunakan fintech akan memberikan layanan yang lebih baik.					
2.	Rekan-rekan disekitar saya menganggap menggunakan fintech itu nyaman					
3.	Orang-orang sekitar saya menggunakan fintech untuk transaksi keuangan mereka.					
4.	Teman-teman saya berfikir bahwa fintech lebih baik daripada sistem keuangan tradisional.					

3. Kendali Perilaku/X3 (PBC)

No	Pernyataan	Skala Indikator				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya menggunakan fintech atas dasar pribadi saya					
2.	Saya memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk menggunakan fintech.					
3.	Saya memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam menggunakan fintech.					

4. Niat menggunakan fintech/ Y (INT)

No	Pernyataan	Skala Indikator				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya tertarik untuk menggunakan fintech.					
2.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan fintech suatu hari nanti.					
3.	Saya akan sering menggunakan fintech dalam kegiatan keuangan saya.					
4.	Saya merasa fintech telah menjadi tren di Kota Jayapura.					

5. Religiusitas/ Z (REL)

No	Pernyataan	Skala Indikator				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa menggunakan fintech dapat menolong orang banyak					
2.	Saya percaya bahwa fintech adalah legal dan menambah nilai ibadah.					
3.	Saya perlu mengetahui dan memahami pandangan agama terhadap fintech.					
4.	Saya menggunakan fintech untuk berbagi tanpa diketahui orang lain.					
5.	Hadirnya fintech dapat mengatasi masalah ibadah saya.					
6.	Saya merasa perlu untuk memastikan bahwa fintech sudah mendapatkan rekomendasi dari para pemuka agama.					

TABULASI DATA

RES	SIKAP (X1)					NORMA SUBYEKTIF (X2)				KENDALI PERILAKU (X3)			MINAT (Y)				RELIGIUSITAS (Z)					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6
1.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
6.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
7.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
8.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
9.	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10.	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	2	2	4
11.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14.	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
15.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	3	2	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	2	5	2	2	4
18.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
19.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20.	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
21.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3
24.	4	5	3	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	1	4
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
26.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	2	2	4
27.	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4

28.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	2	2	3
33.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3
34.	5	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
35.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37.	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3
38.	4	5	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4
39.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	4	3
40.	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
41.	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
45.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47.	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
48.	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
49.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
50.	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
51.	4	3	3	5	2	3	3	4	3	4	5	4	5	4	2	2	4	5	3	5	2	4
52.	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	2	4
53.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54.	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
56.	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	2	3
57.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
58.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4

59.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60.	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
61.	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
62.	4	5	5	4	3	3	3	2	3	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5
63.	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
64.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
65.	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	2	2	4	2	4
66.	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	1	4	3	5	4	2	4
67.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
69.	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
70.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71.	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72.	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4
73.	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5
74.	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5
75.	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3
76.	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	1	3
77.	3	3	2	2	2	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	5	4	5	4	1	3
78.	5	5	4	4	4	2	3	2	3	3	5	5	5	5	5	2	3	2	3	2	3	5
79.	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	5
80.	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	1	3
81.	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	1	3
82.	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
83.	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
84.	5	5	4	3	4	4	3	3	2	4	4	5	5	5	5	3	4	3	4	4	3	3
85.	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86.	4	5	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	2	3
87.	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
88.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
89.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4

90.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	
91.	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	2	3	4	4	1	4
92.	4	5	3	3	4	5	2	1	3	3	4	5	2	4	3	4	5	5	5	4	3	3
93.	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94.	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	2	4	5	4	2
95.	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4
96.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97.	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98.	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4
99.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
100.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
101.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102.	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3
103.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105.	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
106.	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
107.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108.	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
109.	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3
110.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
111.	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4
112.	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
113.	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
114.	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3
115.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
116.	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
117.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
118.	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
119.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

121.	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	
122.	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
123.	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	2	5	
124.	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
125.	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	
126.	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
127.	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	
128.	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
129.	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	
130.	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	
131.	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	
132.	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	
133.	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	
134.	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	
135.	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	
136.	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	
137.	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	
138.	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	
139.	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	
140.	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
141.	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	
142.	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	
143.	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	
144.	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	
145.	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	
146.	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	
147.	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	
148.	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	
149.	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	
150.	5	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	3	
151.	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	

152.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	
153.	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4	4
154.	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4
155.	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4
156.	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
157.	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4
158.	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4
159.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
160.	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4
161.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
162.	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
163.	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
164.	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
165.	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	5	3	3	5	4	5	5	5	5	4
166.	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
167.	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
168.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
169.	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
170.	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4
171.	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
172.	4	4	4	4	3	5	3	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5
173.	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
174.	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
175.	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5
176.	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4
177.	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5
178.	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5
179.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
180.	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4
181.	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
182.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4

183.	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
184.	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4
185.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3
186.	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5
187.	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
188.	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
189.	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4
190.	4	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
191.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5
192.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
193.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
194.	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4
195.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
196.	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
197.	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3
198.	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4
199.	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
200.	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201.	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
202.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
203.	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
204.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4
205.	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
206.	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5
207.	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5
208.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
209.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
210.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
211.	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
212.	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
213.	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4

214.	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4
215.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
216.	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
217.	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
218.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
219.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
220.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
221.	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
222.	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
223.	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
224.	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
225.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
226.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
227.	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
228.	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4
229.	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
230.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
231.	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4
232.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
233.	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
234.	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
235.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
236.	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4
237.	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
238.	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
239.	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
240.	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4

Uji Model Pengukuran (Outer Model)

1. Convergent Validity

	SKP(X1)	NS(X2)	PRLK(X3)	MINAT(Y)	REL(Z)
(ATT-1)	(0.695)	-0.044	0.007	0.005	-0.084
(ATT-2)	(0.772)	-0.207	0.021	0.058	-0.085
(ATT-3)	(0.769)	0.035	0.034	0.022	0.040
(ATT-4)	(0.790)	0.040	0.080	-0.087	-0.005
(ATT-5)	(0.765)	0.173	-0.145	0.006	0.127
(SN-1)	0.090	(0.763)	-0.117	0.000	0.335
(SN-2)	0.017	(0.727)	0.132	-0.146	-0.216
(SN-3)	0.033	(0.800)	-0.045	-0.018	-0.119
(SN-4)	-0.143	(0.747)	0.039	0.162	-0.004
(PBC-1)	0.148	0.307	(0.696)	-0.092	-0.284
(PBC-2)	-0.091	-0.074	(0.828)	-0.015	0.141
(PBC-3)	-0.033	-0.185	(0.825)	0.093	0.098
(INT-1)	0.183	-0.046	0.406	(0.711)	-0.319
(INT-2)	0.068	0.075	0.025	(0.740)	-0.089
(INT-3)	-0.074	-0.042	-0.099	(0.804)	0.066
(INT-4)	-0.175	0.016	-0.330	(0.689)	0.347
(REL-1)	-0.042	-0.154	0.113	0.063	(0.710)
(REL-2)	-0.076	0.015	-0.007	0.242	(0.790)
(REL-3)	-0.087	-0.035	0.214	0.030	(0.665)
(REL-4)	0.020	-0.099	-0.054	-0.104	(0.794)
(REL-5)	0.086	0.164	-0.236	-0.167	(0.726)
(REL-6)	0.112	0.128	-0.005	-0.082	(0.624)
REL(Z)*SKP(X1)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
REL(Z)*NS(X2)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
REL(Z)*PRLK(X3)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are shown in parentheses.

2. Diskriminant Validity

Correlations among I.vs. with sq. rts. of AVEs					
	SKP(X1)	NS(X2)	PRLK(X3)	MINAT(Y)	REL(Z)
SKP(X1)	(0.759)	0.570	0.497	0.520	0.492
NS(X2)	0.570	(0.760)	0.473	0.514	0.596
PRLK(X3)	0.497	0.473	(0.785)	0.651	0.579
MINAT(Y)	0.520	0.514	0.651	(0.737)	0.633
REL(Z)	0.492	0.596	0.579	0.633	(0.721)
REL(Z)*SKP(X1)	-0.188	-0.150	-0.074	-0.090	-0.102
REL(Z)*NS(X2)	-0.160	-0.229	-0.063	-0.077	-0.167
REL(Z)*PRLK(X3)	-0.076	-0.061	-0.196	-0.182	-0.145

Note: Square roots of average variances extracted (AVEs) shown on diagonal.

3. Composite Reliability

	SKP(X1)	NS((X2)	PRLK(X3)	MINAT(Y)	REL(Z)
R-squared				0.500	
Adj. R-squared				0.487	
Composite reliab.	0.871	0.845	0.827	0.826	0.866
Cronbach's alpha	0.815	0.755	0.686	0.719	0.813
Avg. var. extrac.	0.576	0.577	0.616	0.544	0.519
Full collin. VIF	1.804	2.008	2.059	2.268	2.141

Uji Model Struktural (Inner Model)

1. Model Fit and Quality Indices

Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.194, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.500, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.487, P<0.001
Average block VIF (AVIF)=2.815, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=2.390, acceptable if <= 5, ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.604, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >= 0.36
Sympson's paradox ratio (SPR)=0.833, acceptable if >= 0.7, ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=0.918, acceptable if >= 0.9, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=0.500, acceptable if >= 0.7

2. R Square (R²)

	SKP(X1)	NS((X2)	PRLK(X3)	MINAT(Y)	REL(Z)
R-squared				0.500	
Adj. R-squared				0.487	

Uji Responses Bias

Group Statistics

	Lama Waktu Pengisian	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VARIABEL X1 SIKAP	Sebelum 2 Bulan	195	20.9641	2.52487	.18081
	Sesudah 2 Bulan	45	20.8095	2.47685	.19648
VARIABEL X2 NORMA SUBYEKTIF	Sebelum 2 Bulan	195	16.5179	2.28022	.16329
	Sesudah 2 Bulan	45	16.2619	2.17646	.20179
VARIABEL X3 KENDALI PERILAKU	Sebelum 2 Bulan	195	12.6205	1.50928	.10808
	Sesudah 2 Bulan	45	12.5476	1.49866	.19339
VARIABEL Y MINAY MENGGUNAKAN FINTECH	Sebelum 2 Bulan	195	16.7744	2.36102	.14759
	Sesudah 2 Bulan	45	16.2857	2.26485	.19662
VARIABEL Z RELIGISITAS	Sebelum 2 Bulan	195	24.5641	3.31969	.23773
	Sesudah 2 Bulan	45	24.3277	3.26755	.24668

Independent Samples Test

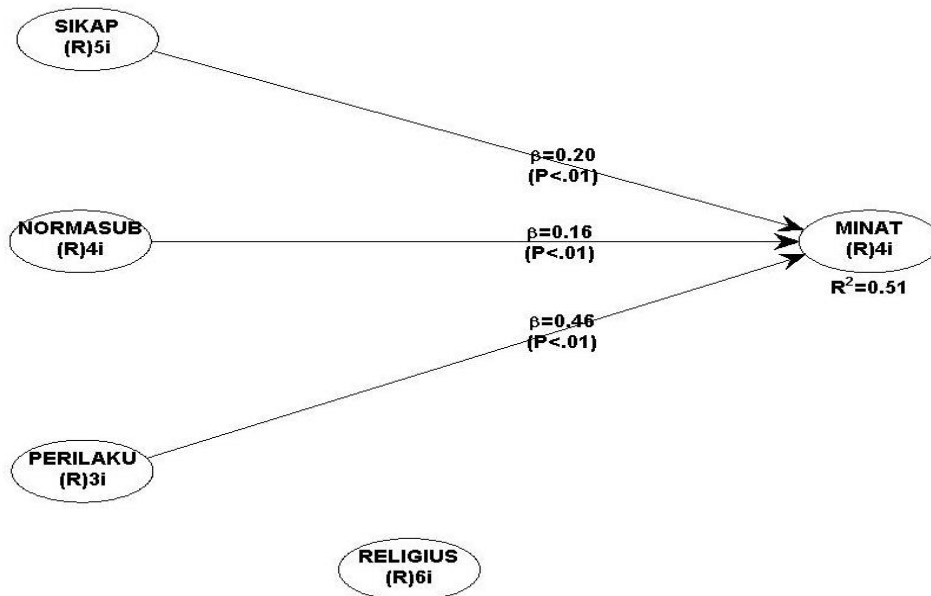
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
VARIABEL X1 SIKAP	Equal variances assumed	11.553	.456	.386	235	.700	.15458	.40060	-.63464	.94380
	Equal variances not assumed			.579	121.440	.702	.15458	.26701	-.37403	.68318
VARIABEL X2 NORMA SUBYEKTIF	Equal variances assumed	9.697	.243	-2.041	235	.657	-.74396	.36448	-1.46202	-.02590
	Equal variances not assumed			-2.866	102.946	.665	-.74396	.25958	-1.25878	-.22913
VARIABEL X3 KENDALI PERILAKU	Equal variances assumed	8.938	.334	.292	235	.771	.07289	.24970	-.41904	.56482
	Equal variances not assumed			.329	69.185	.743	.07289	.22155	-.36906	.51485
VARIABEL Y MINAY MENGGUNAKAN FINTECH	Equal variances assumed	6.854	.117	-1.544	235	.124	-.51136	.33117	-1.16380	.14108
	Equal variances not assumed			-2.080	93.920	.136	-.51136	.24585	-.99950	-.02321
VARIABEL Z RELIGISITAS	Equal variances assumed	12.549	.165	-2.596	235	.175	-1.36447	.52552	-2.39980	-.32914
	Equal variances not assumed			-3.983	129.004	.165	-1.36447	.34259	-2.04229	-.68665

Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Path coefficients					
	SIKAP	NORMASUB	PERILAKU	MINAT	RELIGIUS
SIKAP					
NORMASUB					
PERILAKU					
MINAT	0.205	0.163	0.463		
RELIGIUS					

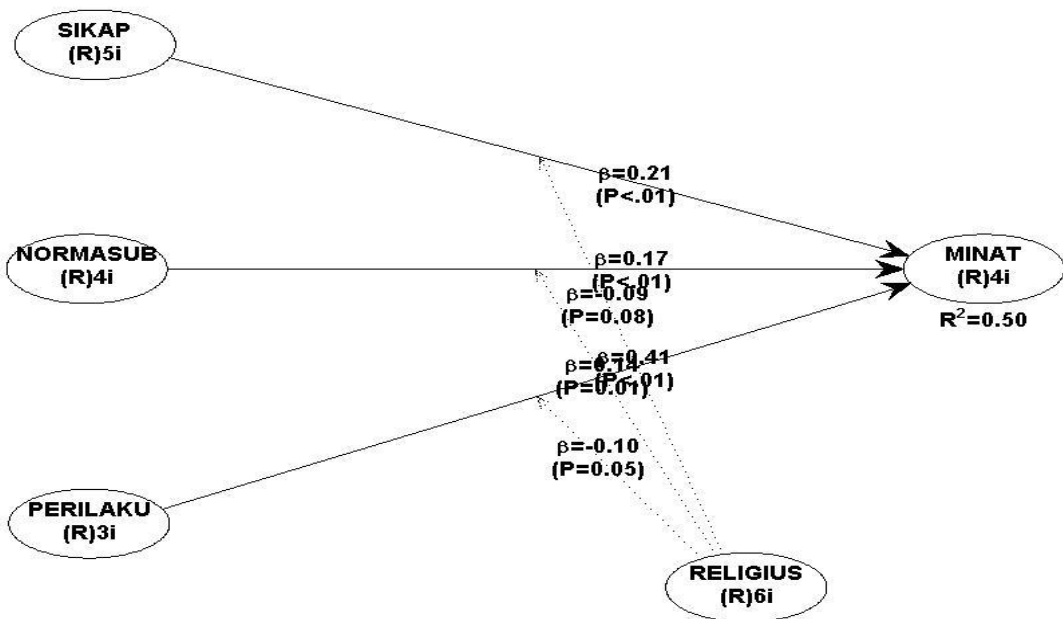
P values					
	SIKAP	NORMASUB	PERILAKU	MINAT	RELIGIUS
SIKAP					
NORMASUB					
PERILAKU					
MINAT	<0.001	0.005	<0.001		
RELIGIUS					



2. Uji Hipotesis Pengaruh Moderasi

Path coefficients								
	SIKAP	NORMASUB	PERILAKU	MINAT	RELIGIUS	RELIGIUS*PERILAKU	RELIGIUS*NORMASUB	RELIGIUS*SIKAP
SIKAP								
NORMASUB								
PERILAKU								
MINAT	0.207	0.170	0.405			-0.103	0.140	-0.090
RELIGIUS								
RELIGIUS*PERILAKU								
RELIGIUS*NORMASUB								
RELIGIUS*SIKAP								

P values								
	SIKAP	NORMASUB	PERILAKU	MINAT	RELIGIUS	RELIGIUS*PERILAKU	RELIGIUS*NORMASUB	RELIGIUS*SIKAP
SIKAP								
NORMASUB								
PERILAKU								
MINAT	<0.001	0.004	<0.001			0.053	0.014	0.078
RELIGIUS								
RELIGIUS*PERILAKU								
RELIGIUS*NORMASUB								
RELIGIUS*SIKAP								



Penyebaran Kuisisioner via google form [bit.ly//respondenjukri](https://bit.ly/respondenjukri)

