

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat Aceh dalam Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah

Zikra Amalia¹

Isnaliana²

Muksal³

Eddy Gunawan⁴

[210603110@student.ar-raniry.ac.id¹](mailto:210603110@student.ar-raniry.ac.id)

[isnaliana@ar-raniry.ac.id²](mailto:isnaliana@ar-raniry.ac.id)

[muksal.muksal@ar-raniry.ac.id³](mailto:muksal.muksal@ar-raniry.ac.id)

[egunawan@usk.ac.id⁴](mailto:egunawan@usk.ac.id)

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala

ABSTRACT

The purpose of this study is to test hypotheses and provide evidence regarding the Influence of Islamic Financial Literacy, Convenience, and Consumptive Behavior on the Interest of Acehnese People in Using Sharia Peer-to-Peer Lending Fintech. This research uses primary data by distributing questionnaires to individuals who are aware of and use Sharia Peer-to-Peer Lending Fintech. The sampling method employed in this study is purposive sampling. The total sample consists of 80 respondents. The analytical method used to test the hypotheses is multiple linear regression analysis using SPSS 22 software. The results of the study show that Convenience and Consumptive Behavior have a positive influence on people's interest, whereas Islamic Financial Literacy does not have a positive influence on people's interest.

Keywords: *Islamic Financial Literacy, Convenience, Consumptive Behavior, Interest, Sharia Peer-to-Peer Lending Fintech.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan menghasilkan bukti mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat Aceh Dalam Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang mengetahui dan menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode Purposive Sampling. Jumlah masyarakat yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah 80 responden. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan dan Perilaku Konsumtif berpengaruh positif terhadap minat masyarakat, tetapi Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan, Perilaku Konsumtif, Minat, Fintech Peer To Peer Lending Syariah

A. PENDAHULUAN

Era revolusi industri 5.0 telah membawa perubahan signifikan dalam penggunaan teknologi, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pengguna internet di Indonesia meningkat dari 62,10% pada 2021 menjadi 66,48% pada 2022, dengan 67,88% masyarakat memiliki telepon seluler (BPS, 2022). Perkembangan ini turut mendorong digitalisasi dalam transaksi keuangan, terutama melalui *Financial Technology* (Fintech).

Fintech, sebagaimana didefinisikan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19 Tahun 2017, adalah penggabungan jasa keuangan dan teknologi yang memungkinkan transaksi jarak jauh. Salah satu inovasi yang menonjol adalah layanan *Peer-to-Peer (P2P) Lending*, termasuk yang berbasis syariah, sesuai fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018. Pada Desember 2023, total penyaluran pinjaman online melalui *P2P Lending* mencapai Rp22,57 triliun, dengan kontribusi Aceh sebesar Rp1,83 triliun hingga Juli 2023 (OJK, 2023). Berdasarkan data Indonesia Digital Outlook 2022, pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta jiwa (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2022). Menurut survei APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa, dengan tingkat penetrasi internet sebesar 79,5%. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan periode sebelumnya, di mana penetrasi internet Indonesia mencapai 78,19% pada tahun 2023 (APJII, 2024).

Namun, rendahnya literasi keuangan masyarakat seringkali menjadi kendala dalam memanfaatkan *Fintech* secara optimal. Menurut survei OJK pada 2022, indeks literasi keuangan Indonesia hanya mencapai 49,68%. Meskipun demikian, di Aceh tingkat literasi keuangan lebih tinggi, yaitu 49,87% (OJK, 2022). Literasi keuangan syariah menjadi kunci penting untuk membantu masyarakat mengelola keuangan sesuai prinsip syariah dan menghindari risiko layanan *Fintech* ilegal.

Kemudahan penggunaan *Fintech P2P Lending* menjadi daya tarik utama. Kemudahan ini meliputi antarmuka yang ramah pengguna, proses pendaftaran yang cepat, serta aksesibilitas yang tinggi melalui perangkat seluler. Faktor-faktor ini tidak hanya mempermudah pengguna baru untuk mempelajari dan mengoperasikan aplikasi *Fintech*, tetapi juga meningkatkan kenyamanan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan syariah secara digital. Hal ini sangat relevan dalam mendorong adopsi teknologi di kalangan masyarakat yang beragam tingkat pendidikan dan pemahaman teknologinya.

Namun, kemudahan tersebut juga memiliki sisi lain, yaitu potensi meningkatnya perilaku konsumtif, terutama pada masyarakat muda. Perilaku konsumtif ini seringkali ditandai dengan pembelian impulsif dan keputusan keuangan yang kurang rasional. Dalam konteks *Fintech*, kemudahan akses kredit tanpa agunan dapat mendorong pola pengeluaran yang tidak terencana, sehingga menimbulkan risiko keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang literasi keuangan syariah menjadi sangat penting untuk membantu masyarakat mengelola keuangan secara bijaksana dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu (Faradila & Rafik, 2023) analisis data menggunakan uji deskriptif dan uji hipotesis dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa literasi keuangan aktual tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku keuangan. Sebaliknya, literasi keuangan perseptual ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa baik literasi keuangan aktual maupun literasi keuangan perseptual tidak memiliki pengaruh terhadap intensi meminjam melalui layanan pinjaman *online* atau *P2P lending*.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Nurhayani, Syaquillah, & Prihatma, 2022) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Selain itu, persepsi risiko juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Secara keseluruhan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko secara bersama-sama memengaruhi minat penggunaan aplikasi pinjaman *online* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serang Raya. Penelitian (Sintawati, Nizar, Iltiham, & Farida, 2023) hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi keuangan dan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap minat jasa pinjaman *online*.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, kemudahan, dan perilaku konsumtif terhadap minat masyarakat Aceh dalam menggunakan *Fintech Peer to Peer Lending* syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk pengembangan layanan *Fintech* syariah yang lebih inklusif dan bertanggung jawab.

B. TEORI

***Fintech* Syariah**

Fintech atau *financial technology* secara umum merujuk pada inovasi teknologi yang digunakan untuk mendukung layanan transaksi keuangan. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan *Fintech*, istilah ini mencakup penerapan teknologi dalam sistem keuangan yang menciptakan produk, layanan, atau model bisnis baru

yang berpotensi memengaruhi stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, serta berbagai aspek sistem pembayaran. (Narastri & Kafabih, 2020).

Fintech syariah adalah gabungan inovasi antara keuangan dan teknologi dalam proses pelayanan keuangan maupun investasi dengan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Rahmawati, Rahayu, Nivanty, & Luthfiah, 2020). Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 117/DSN-MUI/II/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah, layanan *fintech* syariah didefinisikan sebagai penyelenggaraan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Layanan ini menghubungkan pihak pemberi pembiayaan dengan penerima pembiayaan melalui akad pembiayaan yang dilakukan secara elektronik menggunakan jaringan internet.

Peer to Peer Lending (P2P) Syariah

Menurut Madani (2021), *fintech P2P Lending*, atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI), adalah inovasi di sektor keuangan yang memungkinkan pemberi dan penerima pinjaman untuk bertransaksi tanpa perlu bertemu langsung. Proses transaksi dilakukan melalui platform digital, baik dalam bentuk aplikasi maupun situs web yang disediakan oleh penyelenggara layanan *fintech* tersebut (Madani, 2021).

Fintech P2P Lending Syariah adalah penyediaan layanan keuangan berdasarkan prinsip syariah, menghubungkan penyedia keuangan dan penerima dana serta menggunakan teknologi untuk memproses kontrak keuangan. *Fintech P2P lending* Syariah merupakan sebuah konsep yang menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi yang bertujuan untuk menghindari aktivitas yang dilarang oleh hukum Islam.

Minat

Dalam teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*), minat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap hasil yang diharapkan. Minat seseorang untuk menggunakan layanan *Fintech*, seperti *Fintech P2P Lending*, harus melibatkan pertimbangan terhadap manfaat dan tujuan yang ingin dicapai dari pinjaman tersebut. Menurut Davis (1986), minat merujuk pada perilaku individu yang mencerminkan sejauh mana seseorang memiliki ketertarikan terhadap suatu hal tertentu. Selanjutnya, individu akan mencari informasi, menilai, dan mulai menggunakan layanan *P2P Lending*. Sebelum dapat melaksanakan tindakan pengambilan pinjaman, dibutuhkan minat yang kuat untuk mewujudkannya. Minat sendiri dapat diartikan sebagai ketertarikan terhadap suatu aktivitas yang kemudian menumbuhkan perasaan senang dan rasa ingin tahu yang lebih besar.

Indikator Minat

Ferdinand menyebutkan beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat, yaitu (Ferdinand, 2014):

1. Minat Transaksional: Ini mencerminkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian terhadap produk atau layanan tertentu, menunjukkan kecenderungan konsumen untuk bertransaksi.
2. Minat Referensial: Indikator ini menggambarkan kecenderungan individu untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, yang menunjukkan tingkat kepercayaan mereka terhadap produk tersebut.
3. Minat Preferensial: Ini merujuk pada ketertarikan yang dimiliki seseorang terhadap produk tertentu. Preferensi ini cenderung stabil dan hanya akan berubah jika terdapat perubahan signifikan pada produk yang dipilih.
4. Minat Eksploratif: Ini menggambarkan kecenderungan individu untuk terus mencari informasi mengenai produk yang menarik perhatian mereka, serta mengumpulkan bukti yang mendukung kualitas positif dari produk tersebut.

Literasi Keuangan Syariah

Lusardi dan Mitchell menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangan. Hal ini sejalan dengan pandangan *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) yang menyatakan bahwa literasi keuangan melibatkan pemahaman terhadap konsep dan risiko keuangan, serta motivasi untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan yang efektif (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk menggunakan produk dan jasa keuangan syariah, serta pemahaman masyarakat umum tentang lembaga dan produk keuangan syariah. OJK menekankan bahwa literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan keuangan, mengubah pandangan dan perilaku terkait pengelolaan keuangan, serta membantu individu dalam memilih dan memanfaatkan lembaga, produk, dan layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, literasi keuangan syariah juga mencakup sikap dan keyakinan dalam pengelolaan keuangan pribadi agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang pada akhirnya mendukung perilaku keuangan yang sehat.

Indikator Literasi Keuangan Syariah

Untuk mengukur literasi keuangan syariah ada beberapa indikator yang dapat digunakan, yaitu (Handayani, 2023):

1. Pengetahuan keuangan adalah pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang situasi keuangan mereka sehingga mereka dapat membuat keputusan berdasarkan situasi keuangan mereka.
2. Kapasitas keuangan seseorang ditandai oleh tingkat literasi yang tinggi, sehingga mereka dapat membuat keputusan keuangan yang bermanfaat.
3. Keterampilan keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi untuk mengurangi kemungkinan terjebak dalam masalah keuangan. Seseorang yang tidak memiliki keterampilan keuangan dasar yang diperlukan untuk membuat dan mengelola anggaran, memahami kredit, memahami instrumen investasi, atau memanfaatkan sistem perbankan saat ini akan membuat banyak orang terjebak dalam masalah keuangan.
4. Sikap keuangan merujuk pada penerapan prinsip-prinsip keuangan yang positif untuk menciptakan dan menjaga nilai, melalui pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan yang efektif.
5. Perilaku Keuangan menurut Soetiono & Cecep Setiawan, perilaku seseorang yang mempengaruhi keadaan keuangan mereka didefinisikan sebagai perilaku keuangan mereka. Perilaku ini mempengaruhi keadaan keuangan seseorang baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Soetiono & Cecep, 2018).
6. Kepercayaan melibatkan orang lain atau mitra untuk melakukan sesuatu yang ia yakini akan memberikan apa yang diharapkan atau inginkan. Janji, kata-kata, atau pernyataan lain yang dapat dipercaya biasanya merupakan cara untuk membangun kepercayaan dengan orang lain (Andriani & Halmawati, 2019).

Kemudahan

Kemudahan dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa mereka dapat menggunakan sistem teknologi informasi dengan mudah, tanpa memerlukan upaya yang besar (Adriyanto & Yaufi 2014 dalam Nurdin 2020). Kemudahan yang dirasakan memengaruhi sikap individu melalui dua mekanisme, yaitu *self-efficacy* dan *instrumentality*. Semakin mudah teknologi digunakan, semakin tinggi tingkat *self-efficacy* pengguna. Selain itu, kemudahan ini juga berkontribusi pada peningkatan kinerja individu (Dwi, 2014).

Kemudahan mengacu pada fakta bahwa penggunaan sistem teknologi informasi tidak akan sulit atau memerlukan upaya yang besar. Setiap teknologi dirancang untuk menyederhanakan aktivitas; semakin sederhana suatu teknologi, semakin besar minat pengguna untuk memanfaatkannya. Pengguna percaya bahwa karakteristik utama dari kemudahan penggunaan adalah teknologi informasi yang cepat, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan.

Indikator Kemudahan

Untuk mengukur kemudahan ada beberapa indikator yang dapat digunakan yaitu (Rahayu, 2022):

1. Mudah dipelajari mengacu pada situasi di mana seseorang merasa bahwa sistem baru tersebut tidak sulit untuk dipahami.
2. Mudah didapatkan merujuk pada kondisi di mana sistem baru yang akan digunakan dapat diakses dengan mudah.
3. Mudah dioperasikan berarti bahwa sistem baru yang akan digunakan memiliki tingkat kemudahan dalam pengoperasiannya.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan membeli barang tidak untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memuaskan keinginan, yang dilakukan secara berlebihan dan dapat menyebabkan pemborosan serta kekurangan dana (Fransisca & Suyasa, 2005). Dharmmesta & Handoko, menyatakan bahwa perilaku konsumtif ketika konsumen tidak lagi membedakan antara kebutuhannya dan keinginannya (Dharmmesta & Handoko, 2011). Menurut Anggasari dalam (Pramudi, 2015) Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kegiatan pembelian barang yang tidak direncanakan. Model perilaku ini mencakup pembelian yang didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan, dan sering kali dipengaruhi oleh kesenangan semata.

Pembelian berlebihan terjadi ketika konsumen membeli lebih banyak barang daripada yang sebenarnya diperlukan. Fokus pada merek dan gengsi terlihat saat konsumen memilih barang-barang bermerek atau produk mewah untuk menunjukkan status sosial atau meningkatkan citra diri. Keputusan impulsif diambil secara spontan tanpa pertimbangan yang matang, sering kali dipicu oleh emosi atau promosi yang menarik. Secara keseluruhan, perilaku konsumtif dapat berdampak pada keuangan pribadi, lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Dengan kesadaran dan pengelolaan yang baik, perilaku konsumtif dapat dikendalikan untuk menghindari dampak negatifnya.

Indikator Perilaku Konsumtif

Untuk mengukur perilaku konsumtif ada beberapa indikator yang dapat digunakan yaitu (Fithri, 2018):

1. Pembelian impulsif adalah tindakan membeli produk atau layanan tanpa perencanaan sebelumnya atau tanpa pertimbangan yang matang. Pembelian ini seringkali dilakukan secara spontan sebagai respons terhadap dorongan emosional atau rangsangan eksternal, seperti promosi penjualan atau tampilan produk yang menarik.
2. Pembelian secara tidak rasional adalah tindakan membeli produk atau layanan tanpa pertimbangan logis atau rasional yang memadai.

Ini sering kali dipengaruhi oleh emosi, impuls, atau faktor eksternal yang mengabaikan analisis kritis atau kebutuhan sebenarnya.

3. Pemborosan adalah penggunaan sumber daya secara tidak efisien atau tidak produktif, yang sering kali mengakibatkan pengeluaran yang tidak perlu dan akumulasi barang-barang yang tidak digunakan. Pemborosan dapat terjadi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk keuangan pribadi, konsumsi barang dan jasa, energi, serta waktu.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang melibatkan populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Sedangkan menurut Arikunto penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dituntut memiliki banyak angka, dari pengumpulan data, analisis data, dan penyajian hasilnya (Arikunto, 2013).

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang minat menggunakan *fintech peer to peer lending* syariah di Aceh. Pada penelitian ini mengambil teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Teknik *Non Probability Sampling* adalah metode di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Ibrahim, 2023). Salah satu teknik *Non-Probability Sampling* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*.

Roscoe, sebagaimana dikutip oleh Sugiyono (2019), menyatakan bahwa untuk penelitian yang melibatkan analisis multivariat seperti korelasi atau regresi berganda, jumlah sampel yang dibutuhkan minimal 10 kali jumlah variabel yang dianalisis. Sebagai contoh, jika penelitian mencakup 3 variabel (bebas dan terikat), maka jumlah sampel minimal adalah $10 \times 3 = 30$. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah menggunakan *Fintech P2P Lending Syariah* atau memiliki pengetahuan tentang *Fintech P2P Lending Syariah*. Dengan demikian, dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yang akan diteliti, yang terdiri dari 3 variabel bebas (literasi keuangan syariah, kemudahan, dan perilaku konsumtif) dan 1 variabel terikat (minat masyarakat dalam menggunakan *Fintech peer to peer lending* syariah). Maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 10×4 (jumlah variabel) = 40 (responden). Sumber penelitian ini berasal dari data primer. Data primer adalah data asli

yang baru dan memiliki kebaruan (Ibrahim, 2023). Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat di Aceh.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Valid

Tabel 1. Uji Valid

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.905	0.219	Valid
Y2	0.933	0.219	Valid
Y3	0.847	0.219	Valid
Y4	0.757	0.219	Valid
Y5	0.873	0.219	Valid
Y6	0.883	0.219	Valid
X1.1	0.605	0.219	Valid
X1.2	0.736	0.219	Valid
X1.3	0.686	0.219	Valid
X1.4	0.628	0.219	Valid
X2.1	0.883	0.219	Valid
X2.2	0.876	0.219	Valid
X2.3	0.904	0.219	Valid
X2.4	0.742	0.219	Valid
X2.5	0.810	0.219	Valid
X2.6	0.875	0.219	Valid
X2.7	0.823	0.219	Valid
X3.1	0.844	0.219	Valid
X3.2	0.857	0.219	Valid
X3.3	0.900	0.219	Valid
X3.4	0.828	0.219	Valid
X3.5	0.805	0.219	Valid
X3.6	0.912	0.219	Valid

Sumber: Data diolah (2024).

Uji validitas bertujuan untuk menilai setiap pertanyaan yang ada dalam angket yang dibagikan kepada 80 responden. Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam penelitian ini terbukti valid. Hal ini terlihat dengan membandingkan nilai r hitung dari masing-masing pertanyaan dengan nilai r tabel, yang menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk setiap pertanyaan secara signifikan lebih besar daripada nilai r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$). Penghitungan nilai r tabel dilakukan dengan rumus $(df) = N - 2$, di mana $df = 80 - 2 = 78$, sehingga nilai r tabel yang digunakan adalah 0.219. Sementara

itu, nilai r hitung untuk setiap pertanyaan dalam penelitian ini lebih besar dari 0.219.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Indikator	Minimal Cronch's	Cronch's Alpha	Keterangan
Minat (Y)	0.6	0.810	Reliabel
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0.6	0.760	Reliabel
Kemudahan (X2)	0.6	0.796	Reliabel
Perilaku Konsumtif (X3)	0.6	0.809	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024).

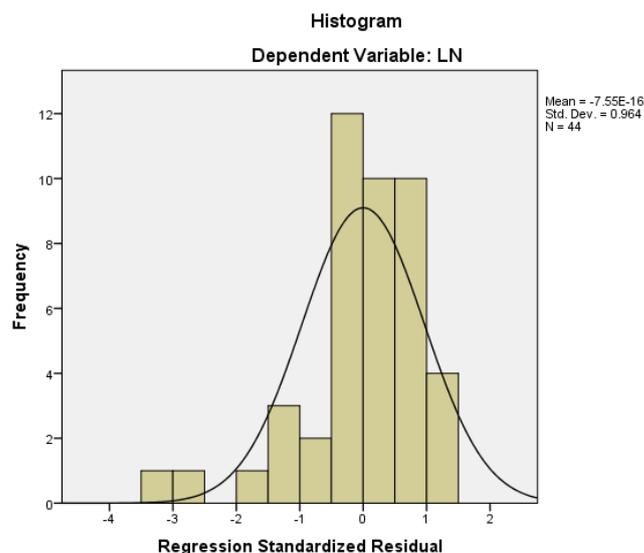
Uji reliabilitas ditujukan untuk mengukur keakuratan dalam menilai variabel penelitian ini. Dapat dilihat pada tabel 2 diatas, menunjukkan bahwa variabel minat (Y), literasi keuangan syariah (X1), kemudahan (X2), perilaku konsumtif (X3) pada penelitian ini dinyatakan Reliabel. Karena nilai Cronchbach Alpha pada masing-masing variabel penelitian ini > 0.60 .

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji asumsi dilakukan untuk menguji apakah penelitian ini memiliki distribusi normal pada nilai residual. Berdasarkan Gambar 1 mengenai uji normalitas menggunakan histogram dalam penelitian ini, uji normalitas sudah terpenuhi. Hal ini terlihat dari bentuk histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan, sesuai dengan distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram dalam penelitian ini menunjukkan distribusi normal.

Gambar 1. Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data diolah (2024).

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Literasi Keuangan Syariah (LNX1)	.985	1.015
Kemudahan (LNX2)	.544	1.839
Perilaku Konsumtif (LNX3)	.549	1.820

a. *Dependent Variable:* Minat (LNY)

Sumber: Data diolah (2024).

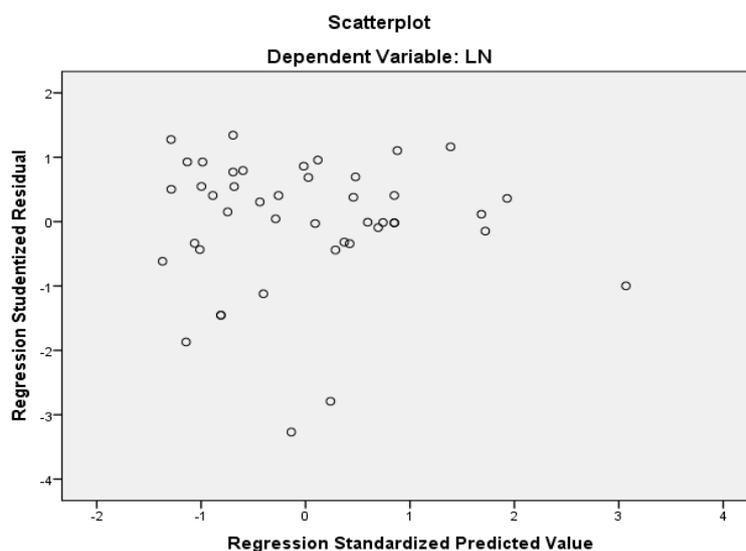
Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat atau sempurna antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (LNX1), kemudahan (LNX2), dan perilaku konsumtif (LNX3) dalam penelitian ini memiliki nilai toleransi yang lebih besar dari 0.1 atau > 0.1 , serta nilai VIF dari setiap variabel yang lebih kecil dari 10 atau < 10 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam variasi atau residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa titik-titik pada scatterplot tersebar secara acak di atas dan di bawah garis 0 pada sumbu y.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Gambar 2. Uji heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah (2024).

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	Constant	2.113	0.176	
	Literasi Keuangan Syariah (LNX1)	0.004	0.008	-0.032
	Kemudahan (LNX2)	0.030	0.005	0.580
	Perilaku Konsumtif (LNX3)	0.012	0.004	0.285

Sumber: Data diolah (2024).

Analisis regresi linear berganda dilaksanakan untuk menentukan arah hubungan serta mengukur sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Berdasarkan tabel 4 hasil regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \tag{1}$$

$$Y = 2.113 - 0.004X_1 + 0.030X_2 + 0.012X_3 + e$$

Persamaan di atas memiliki arti sebagai berikut:

1. Nilai 2.113 adalah konstanta, artinya jika semua variabel independen bernilai nol, maka nilai variabel dependen adalah 2.113.

2. Nilai koefisien literasi keuangan syariah (LNX1) sebesar -0.004 : Koefisien ini bernilai negatif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara LNX1 (literasi keuangan syariah) dan Y (minat). Artinya, setiap peningkatan satu unit pada LNX1 cenderung menurunkan Y sebesar 0.004 , dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Nilai koefisien kemudahan (LNX2) sebesar 0.030 : Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara LNX2 (kemudahan) dan Y. Artinya, setiap peningkatan satu unit pada LNX2 akan meningkatkan Y sebesar 0.030 .
4. Koefisien perilaku konsumtif (LNX3) sebesar 0.012 memiliki nilai positif, yang mengindikasikan adanya hubungan positif antara LNX3 (perilaku konsumtif) dan Y. Dengan kata lain, setiap peningkatan satu unit pada LNX3 akan meningkatkan nilai Y sebesar 0.012 .

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilaksanakan untuk menguji hipotesis penelitian terkait pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Untuk menentukan pengaruh atau tidak pada suatu penelitian, dikatakan apabila nilai signifikansi uji $t > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka untuk mendapatkan degree of freedom pada uji T (df) = $n - k - 1$. Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini yaitu 80 , maka $df = 80 - 3 - 1 = 76$ dengan alpha 5% sehingga didapat t tabel sebesar 1.991 .

Tabel 5. Uji T

Model	t	Sig.
(Constant)	12.015	0.000
Literasi Keuangan Syariah (LNX1)	-0.453	0.652
Kemudahan (LNX2)	6.156	0.000
Perilaku Konsumtif (LNX3)	3.041	0.003

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan hasil pada tabel 5, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel literasi keuangan syariah (LNX1) tidak memiliki pengaruh parsial terhadap minat menggunakan (LNY). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($-0.453 < 1.991$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.652 yang lebih besar dari 0.05 . Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Variabel kemudahan (LNX2) memiliki pengaruh parsial terhadap minat menggunakan (LNY). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($6.156 > 1.991$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 . Dengan demikian, H_a diterima.
3. Variabel perilaku konsumtif (LNX3) memiliki pengaruh parsial terhadap minat menggunakan (LNY). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang

lebih besar dari t tabel ($3.041 > 1.991$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.003 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_a diterima.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilaksanakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Berdasarkan Tabel yang diberikan, nilai F hitung adalah 43.853 dengan nilai sig. = 0.000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 76. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel adalah 2.72. Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung $>$ F tabel, yang dalam hal ini adalah $43.853 > 2.72$. Selain itu, nilai signifikansi F = 0.000 yang lebih kecil dari α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Tabel 6. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.866	3	.622	43.853	.000 ^b
Residual	1.078	76	.014		
Total	2.943	79			

a. Dependent Variable: Minat (LNY)

b. Predictors: (Constant), Perilaku konsumtif (LNX3), Literasi keuangan syariah (LNX1), Kemudahan (LNX2)

Sumber: Data diolah (2024).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (LNX1), kemudahan (LNX2), dan perilaku konsumtif (LNX3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech P2P lending* syariah (LNY).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	0.624	0.609	2.457

a. Predictors: (Constant), Perilaku konsumtif (LNX3), Literasi keuangan syariah (LNX1), Kemudahan (LNX2)

b. Dependent Variable: Minat (LNY)

Sumber: Data diolah (2024).

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Berdasarkan pada tabel 7 dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0.624, maka memiliki arti

bahwa variabel literasi keuangan syariah (LNX1), kemudahan (LNX2) dan perilaku konsumtif (LNX3) memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 62.4% terhadap variabel minat menggunakan *Fintech P2P Lending Syariah* dan sisanya 37.6% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan *Fintech Peer to Peer Lending syariah*

Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel literasi keuangan syariah (LNX1) tidak memiliki pengaruh parsial terhadap minat menggunakan (LNY). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($-0.453 < 1.991$) serta tingkat signifikansi sebesar 0.652 yang lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Meskipun masyarakat memahami konsep dasar keuangan syariah, hal ini belum secara langsung meningkatkan minat mereka terhadap *fintech P2P lending syariah*. Literasi keuangan yang dimiliki belum mencakup pemahaman mendalam tentang manfaat praktis *fintech syariah*, ditambah dengan kekhawatiran terhadap keamanan dan transparansi layanan. Oleh karena itu, edukasi yang lebih fokus pada keunggulan dan keamanan *fintech P2P lending syariah* perlu diperkuat untuk meningkatkan minat masyarakat.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan *Fintech Peer to Peer Lending syariah*

Hasil uji parsial dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel kemudahan (LNX2) memiliki pengaruh parsial terhadap minat menggunakan (LNY). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($6.156 > 1.991$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_a diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan, semakin besar pengaruhnya terhadap minat masyarakat untuk menggunakan *Fintech P2P Lending syariah*.

Kemudahan mengacu pada keyakinan pengguna bahwa suatu sistem informasi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan upaya yang berlebihan. Teknologi yang intuitif dan efektif cenderung meningkatkan kinerja pengguna, serta membangun persepsi positif terhadap layanan tersebut.

Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan *Fintech Peer to Peer Lending syariah*

Hasil uji parsial dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel perilaku konsumtif (LNX3) memiliki pengaruh parsial terhadap minat menggunakan (LNY). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3.041 > 1.991$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.003 yang lebih

kecil dari 0.05. Dengan demikian, H_0 diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif, semakin besar pengaruhnya terhadap minat masyarakat untuk menggunakan *Fintech P2P Lending* syariah.

Temuan ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif seseorang, semakin besar pula minatnya dalam menggunakan layanan *fintech P2P lending* syariah. Perilaku konsumtif, yang ditandai oleh kecenderungan individu untuk melakukan pembelian impulsif, mengambil keputusan konsumsi secara tidak rasional, dan berpotensi melakukan pemborosan, memiliki kaitan yang erat dengan minat terhadap layanan *fintech*.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan, dan Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan *Fintech Peer to Peer Lending* syariah

Hasil uji simultan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 43.853 dengan nilai sig. = 0.000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 76. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel adalah 2.72. Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung > F tabel, yang dalam hal ini adalah $43.853 > 2.72$. Selain itu, nilai signifikansi F = 0.000 yang lebih kecil dari α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (LN_{X1}), kemudahan (LN_{X2}), dan perilaku konsumtif (LN_{X3}) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech P2P lending* syariah (LN_Y).

E. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah (LN_{X1}) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech P2P lending syariah* (LN_Y), dengan nilai t hitung (-0.453) lebih kecil dari t tabel (1.991) dan nilai signifikansi (0.652) lebih besar dari 0.05. Sementara itu, variabel kemudahan (LN_{X2}) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech P2P lending syariah*, dibuktikan dengan nilai t hitung (6.156) lebih besar dari t tabel (1.991) serta nilai signifikansi (0.000) yang lebih kecil dari 0.05. Selain itu, perilaku konsumtif (LN_{X3}) juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech P2P lending syariah*, dengan nilai t hitung (3.041) lebih besar dari t tabel (1.991) dan nilai signifikansi (0.003) lebih kecil dari 0.05. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech P2P lending syariah*, sebagaimana dibuktikan oleh hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung (43.853) lebih besar dari F tabel (2.72) dengan nilai signifikansi (0.000) lebih kecil dari 0.05.

REFERENSI

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Suka Press.
- Ahyar, H., Andriani, H., Sukmana, D. J., Hardani, Auliya, N. H., Fardani, . . . Istiqomah, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid -19. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam (JIEBI)*.
- Andriani, G., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1322-1336.
- Anggraeni, R. (2023, Juli 02). *Bisnis.com*. From <https://finansial.bisnis.com/read/20230702/563/1670818/daftar-7-fintech-lending-syariah-kredit-lancarnya-ada-yang-100-persen>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). *Indonesia Digital Outlook: Encouraging The Acceleration Of Sustainable Digital Transformation*.
- Ayuningtias, K. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, E-Service*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- Badan Penghubung Pemerintah Aceh. (2023, Desember). *Profil Aceh*. From Badan Penghubung Pemerintah Aceh: <https://penghubung.acehprov.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.
- Darmawan, D. (2019). Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri Serta Pengaruhnya Terhadap Intensi Berwirausaha. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 16-21.
- Data Indonesia. (2024, Februari 15). Retrieved Mei, 2024 from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-penyaluran-pinjaman-online-di-indonesia-hingga-desember-2023>
- Dharmmesta, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Dwi, P. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. Semarang: Skripsi FEBI UNDIP.
- Faradila, D., & Rafik, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan dan Intensi Meminjam dari Pinjaman Online/P2P Lending Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Selekta Manajemen: jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 63-76.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen : pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.

- Fithri, F. (2018). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Negeri 1Jetis Bantul Yogyakarta. *Jurnal Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Fransisca, & Suyasa, P. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 172-198.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. M., & Setyabudi, D. (2020). Terpaan Informasi Pinjaman Online Di Media Online Dan Terpaan E-WOM Di Grup Facebook Pinjaman Online Dengan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Dalam Penggunaan Pinjaman Online. *Interaksi Online*, 141-151.
- Handayani, V. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Fintech Peer to Peer (P2P) Lending Syariah Pada Generasi Milenial Di Sumatera Barat*. Jakarta: Skripsi.
- Hutapea, R. S. (2020). The Effect of Financial Technology (Fin-Tech) on Customer Satisfaction Level (A Case Study on SMEs). *Atlantis Press*.
- Ibrahim, A. (2023). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Banda Aceh: Bumi Aksara.
- Ichsan, W. (2023, Agustus 18). Retrieved April, 2024 from Serambinews.com: <https://aceh.tribunnews.com/2023/08/18/rakyat-terjerat-pinjol-pemerintah-aceh-bisa-apa>
- Ismail, N., Muzakkar, K., & Al-Ayyubi, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to peer (P2P) Lending Syariah: Studi Kasus Masyarakat di Jabodetabek. *Jurnal Nasional*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta: Yogyakarta: Andi, 2007.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management (15th ed.). In *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Latifiana, D. (2017). *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret (UNS).
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*.
- Madani, H. R. (2021). Implementasi Penggunaan Kecerdasan Buatan Pada Industri Fintech Syariah. *Jurnal Geuthee*.
- Malikah, I. M., Mulyadi, D., & Hari Sandi, S. P. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Financial Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online). *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 451-467.
- Maulida, R. (2019, November 23). *Online Pajak*. From <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>
- Moehadi, Astuti, H., Firmansyah, M., & Wicaksono, A. B. (2023). Perilaku Konsumtif Dengan Penggunaan Fintech E-Wallet. *Jurnal Dimensi*.
- Muadz. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Meminjam Di P2P Lending Syariah*

- Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi*. Jakarta: Skripsi PNJ.
- Mulyana, Y. F. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Kasus Toko Online OLX.Co.Id). *ePrints@UNY*.
- Muzdalifah, & Gayatri, A. M. (2022). Memahami Literasi Keuangan Sebagai Upaya Pencegahan Perilaku Konsumtif Dari Pinjaman Online. *Journal Of Management*.
- Narastri, M., & Kafabih, A. (2020). Financial Technology (FINTECH) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (IJSE)*, 155-170.
- Naution, D. A., Armayani H, R. R., & Prayoga, R. (2021). Tingkat Perkembangan Fintech (Financial Technology), Pemahaman Fintech (Financial Technology) dan Minat Mahasiswa UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9080-9090.
- Ningsih, D. N., & Hidayat, C. W. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*.
- Nurdin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*.
- Nurdin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*.
- Nurdin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*.
- Nurhayani, Syaquillah, A., & Prihatma, G. T. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serang Raya. *Jurnal Manajemen Perusahaan*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Retrieved Mei, 2024 from Otoritas Jasa Keuangan: <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Perusahaan Fintech Lending Berizin Dan Terdaftar Di OJK Per 9 Oktober 2023*. Jakarta: OJK.
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*.
- Purnomo, R. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta : Wade Group.
- Rahayu, D. N. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Pengguna Aplikasi LinkAja Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN*

- Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Dari Ekonomi Syariah*. Skripsi.
- Rahayu, D. N. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Pengguna Aplikasi LinkAja Oleh Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau Ditinjau Dari Ekonomi Syariah*. Riau: Skripsi UIN SUSKA RIAU.
- Rahmawati, L., Rahayu, D. D., Nivanty, H., & Luthfiah, W. (2020). Fintech Syariah: Manfaat Dan Problematika Penerapan Pada UMKM. *Jurnal Masharid Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 75-90.
- Rasyid, A. (2019). *Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam*. *Yuris Prudentia Jurnal Hukum Ekonomi*.
- Rohmah, N. A., Susyanti, J., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Fintech, Fintech Knowledge, dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online P2P Lending. *Elektronik Jurnal Riset Manajemen*.
- Shobah, N. (2017). *Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion : Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi.
- Sintawati, D., Nizar, M., Iltiham, M. F., & Farida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Jasa Pinjaman Online. *JIESP: Journal Of Islamic Economics Studies and Practices*.
- Sintawati, D., Nizar, M., Iltiham, M. F., & Farida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif Terhadap Pinjaman Online. *JIESP : Journal of Islamic Economics Studies and Practices*.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media.
- Soetiono, K., & Cecep, S. (2018). *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior*. Yayasan Kita Menulis.
- Trygu. (2021). *Teori motivasi Abraham H. Maslaow dan hubungannya minat belajar Matematika siswa*. Medan: Medan: Guepedia, 2021.
- Wida, P. M., Yasa, N. K., & Sukaatmadja, I. G. (2016). Aplikasi Model TAM (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*.
- Wiguna, M. M., & Rahman, T. (2023). Analisis Determinan Minat Menggunakan Peer To Peer Lending Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 93-110.
- Wiguno, M. M. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Peer To Peer Lending Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Pada UMKM Kota Salatiga*. Salatiga: Skripsi UIN Salatiga.
- Wijoyo, H. (2021). *Pengantar Bisnis*. Insan Cendikia Mandiri.
- Wijoyo, H. (2021). *Pengaruh Interaksi Sosial Terhadap Minat Belajar Budha Dharma Muda-Mudi Vihara*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta (JPW)*.