

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN
GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE
BANKING SYARIAH
(Studi Kasus Pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI
Kota Semarang)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Vernanda Wadya Ningrum

2005036024

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN WALISONGO SEMARANG

2024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngalyan Semarang 50185, Telp./Fax (024) 7608454
Website: www.febi.walisongo.ac.id, Email: febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Vernanda Wadya Ningrum

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Vernanda Wadya Ningrum
NIM : 2005036024
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengaruh Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang)".

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 Maret 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.
NIP. 197512182005011002

Elysa Najachah, M.A.
NIP. 199107192019032017



PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Vernanda Wadya Ningrum
NIM : 2005036024
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING SYARIAH (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang)**

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat *cumlaude* pada tanggal : 28 Maret 2024.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024

Semarang, 2 April 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Septiana Na'afi, M.S.I
NIP. 198909242019032018

Penguji Utama I,

Arif Afendi, S.E., M.Sc.
NIP. 198505262015031002

Pembimbing I,

Dr. H. Ahmad Furgon, Lc., MA.
NIP. 197512182005011002

Sekretaris Sidang,

Elysa Najachah, M.A.
NIP. 199107192019032017

Penguji II,

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.
NIP. 197302172006041001

Pembimbing II,

Elysa Najachah, M.A.
NIP. 199107192019032017



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan salat. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S Al-Baqarah: 153)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik. Tak lupa pula Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa syukur dan Bahagia atas terselesaikannya karya ilmiah skripsi ini, maka penulis ingin mempersembahkan kepada :

1. Kedua orangtuaku bapak dan ibu yang sangat saya cintai, Bapak Kaswadi dan Ibu Rumiwati yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi dalam perjalanan penelitian ini. Skripsi ini saya persembahkan dari hasil jerih payah satu keluarga, terima kasih Bapak Ibu.
2. Adek laki-lakiku, Aditya Imam Prayoga, Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat.
3. Untuk segenap keluarga besar di Semarang yang selalu medoakan saya.
4. Dosen pembimbing saya Bapak Ahmad Furqon dan Ibu Elysa Najachah, dosen yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu memberikan arahan serta bimbingan guna menyelesaikan skripsi saya, semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh ALLAH SWT.
5. Rekan, partner, sahabat yang saya sayangi, Anisa Diva Tennovila, Sorfina Rohim, Hana Khoirunnisa, Awalia Helmi Fitriyani terima kasih telah mendukung, dan ikut serta dan menemani perjalanan saya.
6. Kepada teman dan sahabat yang saya banggakan, Desy Nur, Ramada Satriasa, Andini Ari, Sri Ayu yang selalu mensupport saya.
7. Keluarga besar S1 Perbankan Syariah Kelas A Angkatan 2020 yang telah memberikan kebahagiaan selama belajar bersama di bangku kuliah.
8. Terima kasih banyak atas bantuan dan kerjasama orang-orang baik yang telah membantu penulis.

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa Skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula Skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali beberapa sumber informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 21 Maret 2024



Vernanda Wadya Ningrum
NIM. 2005036024

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

أ = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Wau
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Sa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ء = Hamzah
ج = Jim	ز = Za	ظ = Za	ل = La	ي = Ya
ح = Ha	س = Sa	ع = Ain	م = Ma	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
يَ	Fathah dan ya	Ai
و	Fathah dan wau	Au

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
أ...آ	Fathah dan alif atau ya	Ā
إ...آ	Kasrah dan ya	Ī
أ...ؤ	Dammah dan wau	Ū

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

F. Kata Sandang

Kata sandang (...) ال ditulis dengan al misalnya = الصناعة al-shina'ah. Al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya = الطبيعية المعيشة al-ma'isyah al-thabi'iyah.

ABSTRAK

Saat ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang cepat seiring dengan perubahan zaman, termasuk dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Di sektor perbankan, upaya sedang dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan digital banking. Meskipun bank syariah Indonesia masih relatif baru, namun pertumbuhan penggunaan layanan digital banking semakin meningkat. Namun demikian di kalangan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang jumlah pengguna mobile banking syariah masih belum menyeluruh. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *literasi keuangan*, *lingkungan sosial*, dan *gaya hidup* terhadap keputusan menggunakan mobile banking syariah. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 70 responden yang dipilih menggunakan teknik *pusposive sampling*, dengan kriteria sebagai Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang yang menggunakan layanan mobile banking syariah. Data dikumpulkan melalui kuesioner.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan SPSS 23 untuk menguji validitas dan reliabilitas serta menerapkan metode analisis data berupa regresi linier berganda. Uji hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *literasi keuangan* tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah oleh Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang. Namun, *lingkungan sosial* dan *gaya hidup* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah di kalangan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang. Selain itu, *literasi keuangan*, *lingkungan sosial*, dan *gaya hidup* secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah di kalangan tersebut.

Kata Kunci :

Mobile Banking, Bank Syariah, Literasi Keuangan, Keputusan, Pengaruh Sosial, Gaya hidup

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah” (Studi kasus Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI di Kota Semarang).** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak yang selalu memberikan inspirasi, dukungan, bimbingan, saran, dan doa. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr.H. Nizar,M. Ag selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si. selaku Kepala Prodi S1 Perbankan Syariah dan selaku wali dosen, Ibu Muyassarah, M.Si., Selaku Sekertaris Jurusan S1 Perbankan Syariah, Ibu Kartika Marella Vanni, M.E selaku staf ahli program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Elysa Najachah, M.A. selaku pembimbing II yang selalu sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen pengajar Program S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
6. Keluarga tercinta Bapak Kaswadi, Ibu Rumiwati, dan Adek Aditya Imam Prayoga yang senantiasa mendukung dalam setiap langkah dan selalu memberikan kasih sayang, bantuan, dukungan, moril serta materiil.
7. Ketua Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Semarang yang telah memberikan izin penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Segenap teman-teman seperjuangan Prodi S1 Perbankan Syariah dan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo yang telah memberikan dukungan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan semua bantuan yang telah diberikan, penulis tidak dapat memberikan balasan secara individual dan hanya dapat mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak. Penulis berdoa semoga Allah SWT membalas kebaikan semua yang telah turut serta dalam penulisan ini, baik secara langsung maupun tidak, dengan segala anugerah yang tidak terduga sebelumnya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dalam hal bahasa, dan penulisan secara keseluruhan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaiki tugas akhir ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah referensi, serta memberikan kontribusi positif terutama bagi penulis dan para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 21 Maret 2024

Penulis

Vernanda Wadya N
NIM. 2005036024

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Theory of Planned Behavior.....	16
2.2 Mobile Banking.....	17
2.2.1 Manfaat Mobile Banking	18
2.2.2 Cara Mendapatkan Mobile Banking	19
2.2.3 Cara Bertransaksi Mobile Banking	19
2.2.4 Kelebihan Mobile Banking	19
2.2.5 Kekurangan Mobile Banking.....	20
2.3 Perbankan Syariah.....	23
2.3.1 Pengertian Bank Syariah.....	23
2.3.2 Prinsip-prinsip operasional Bank Syariah.....	24
2.3.3 Konsep Operasional Perbankan Syariah	25
2.3.4 Produk Jasa Perbankan Lainnya.....	25
2.3.5 Akad-akad Dalam Transaksi Perbankan Syariah.....	29
2.3.6 Daya Tarik Bank Syariah.....	30

2.3.7	Lembaga-lembaga fasilitator sistem keuangan syariah di Indonesia..	32
2.4	Keputusan Menggunakan	33
2.4.1	Pengertian keputusan menggunakan	33
2.4.2	Indikator keputusan penggunaan.....	34
2.5	Literasi Keuangan.....	35
2.5.1	Pengertian Literasi Keuangan	35
2.5.2	Manfaat Literasi Keuangan	36
2.6	Lingkungan Sosial	38
2.7	Gaya Hidup.....	40
2.7.1	Pengertian Gaya Hidup	40
2.7.2	Indikator Gaya Hidup.....	41
2.8	Penelitian Terdahulu.....	42
2.9	Kerangka Penelitian.....	50
2.10	Pengembangan Hipotesis.....	53
2.10.1	Pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan mobile banking syariah	53
2.10.2	Pengaruh lingkungan sosial terhadap penggunaan mobile banking syariah	54
2.10.3	Pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan mobile banking syariah .	55
	BAB III.....	57
	METODE PENELITIAN	57
3.1	Jenis dan Sumber Data	57
3.1.1	Jenis Penelitian.....	57
3.2	Sumber Penelitian.....	57
3.2.1	Sumber data primer	57
3.2.2	Sumber data sekunder	58
3.3	Populasi dan Sampel.....	58
3.3.1	Populasi	58
3.3.2	Sampel.....	58
3.4	Metode Pengumpulan Data	60
3.5	Definisi Operasional Variabel	61

3.6	Indikator Penelitian	63
3.7	Variabel Penelitian	66
3.8	Pengukuran Teknik Analisis data	66
3.8.1	Uji Instrumen	67
a.	Uji Validitas.....	67
b.	Uji Reliabilitas.....	67
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	68
a.	Uji Normalitas Data.....	68
b.	Uji Multikolinieritas	68
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	69
3.8.3	Uji Hipotesis.....	69
a.	Uji t (Parsial)	70
b.	Uji F (Simultan).....	71
c.	Koefesien Determinasi (R ²).....	71
d.	Uji Regresi Linier Berganda.....	72
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	73
	Profil Organisasi	73
	Tujuan ALISA Khadijah ICMI	74
	Kegiatan ALISA Khadijah ICMI	74
	Manfaat Menjadi Anggota.....	75
	Susunan Pengurus Alisa Khadijah ICMI Jawa Tengah Periode 2020-2025	75
4.2	Analisis Deskripsi Responden.....	77
a.	Jenis Kelamin	78
b.	Usia.....	78
c.	Pekerjaan	79
4.3	Teknis Analisis Data.....	80
4.3.1	Uji Instrumen	80
a.	Uji Validitas.....	80
b.	Uji Reliabilitas.....	81
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	82
a.	Uji Normalitas	82

b.	Uji Multikolinearitas	83
c.	Uji Heteroskedastisitas	84
4.3.3	Uji Hipotesis	85
a.	Uji t (Parsial)	85
a.	Uji F (Simultan).....	86
c.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	87
d.	Uji Linear Berganda	88
4.4	Hasil Analisis Data Penelitian	90
a.	Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah.....	90
b.	Pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah.....	93
b.	Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah	94
BAB V	PENUTUP.....	96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	97
	DAFTAR PUSTAKA	98
	LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Presentase Pertumbuhan Mobile Banking di Indonesia dan di Beberapa Negara Lainnya	3
Tabel 1. 2 Tabel Hasil Mini Riset	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian	61
Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert	63
Tabel 3. 3 Item Pernyataan.....	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	78
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4. 8 Hasil Uji t.....	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji F.....	86
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linear Berganda	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Hasil Miniriset.....	8
Gambar 2. 1 Skema Kerangka Berpikir.....	52
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi sangat pesat baik dari teknologi informasi, komunikasi, maupun keuangan pada sektor perekonomian. Perilaku baru dan gaya hidup menjadikan penggunaan teknologi keuangan semakin diminati. fintech menjadikan layanan pada jasa keuangan semakin mudah dan berkembang. Kemajuan fintech menyebabkan munculnya berbagai aplikasi inovatif di bidang jasa keuangan, termasuk alat pembayaran dan alat pinjaman.¹ Di kemajuan teknologi saat ini, teknologi informasi telah begitu terkait dengan aspek-aspek kehidupan lainnya sehingga sulit untuk memisahkannya. Peningkatan pesat dalam jumlah pengguna ponsel pintar seperti android dan iOS diikuti dengan peningkatan dalam pengguna internet di seluruh dunia. Hasilnya, layanan keuangan menjadi lebih mudah diakses dan maju berkat kemudahan yang diberikan oleh kemajuan teknologi.²

Menurut data survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, sebanyak 215,63 juta individu di Indonesia menggunakan internet dalam rentang waktu 2022-2023. Survei tersebut juga mencatat bahwa penetrasi internet di Indonesia telah sampai 78,19% pada tahun 2023, yang setara dengan 215.626.156 individu dari jumlah populasi sebanyak 275.773.901 orang.³ Dengan adanya teknologi, kemudahan di berbagai sektor kehidupan sehari-hari bahkan termasuk untuk dunia pembisnis. Para pelaku bisnis dituntut untuk dapat menciptakan hal baru dalam strategi persaingan pasar, setiap perusahaan bersaing untuk menciptakan produk dengan kualitas

¹ Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran fintech dalam meningkatkan literasi keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Malang. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(04).

² Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, 10(10), 859.

³ APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2022 – 2023.

yang ekonomis, efektif, cepat, tepat dan aman untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada masa sekarang maupun di masa depan.

Perkembangan teknologi keuangan juga ikut berpengaruh salah satunya dalam sektor keuangan digital yang telah membuat sistem pembayaran dari tunai mulai beralih menjadi pembayaran secara non tunai yang lebih praktis, efektif, efisien dan simple. Hal ini dapat dilihat di berbagai jenis aplikasi yang ada di telepon seluler. Kemudahan dalam hal ini mendukung suatu aktivitas termasuk dalam melakukan transaksi.⁴ Kondisi masyarakat yang dalam pemenuhan kebutuhannya di masa sekarang ini yang ingin secara cepat dan berkualitas akhirnya memilih memenuhi kebutuhannya secara online yang menuntut para pembisnis juga dapat memfasilitasi konsumennya dengan layanan online sehingga mau tidak mau para pengusaha sekarang harus mengikuti dalam dunia online di era sekarang ini.⁵

Menurut laporan BI, nilai transaksi uang elektronik dan perbankan digital meningkat pesat pada bulan April 2022, seiring pertumbuhan ekonomi digital yang terus melaju selama pandemi Covid-19. Gubernur BI Perry Warjiyo mengatakan, nilai transaksi uang elektronik tumbuh 50,3% (year-on-year/yoy) ke Rp34,3 triliun pada April 2022 dibanding setahun sebelumnya. Nilai transaksi perbankan digital juga tumbuh 71,4% (yoy) ke Rp5,33 kuadriliun pada periode yang sama. Perkembangan transaksi ekonomi dan keuangan digital sedang mengalami pertumbuhan cepat sejalan dengan meningkatnya penerimaan dan minat masyarakat terhadap belanja online, perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital, serta percepatan dalam layanan perbankan digital. Selama pandemi Covid-19 ekonomi digital

⁴ Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, 10(10), 859.

⁵ FN Faizah, B Baharudin, R Agustina - Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains, 2022

tumbuh berkat munculnya kebiasaan-kebiasaan baru, seperti bekerja dan berbelanja dari rumah.⁶

Tabel 1. 1 Presentase Pertumbuhan Mobile Banking di Indonesia dan di Beberapa Negara Lainnya

No	Tahun	Thailand / Transaksi	Malaysia / Transaksi	Indonesia / Transaksi	Vietnam / Transaksi
1	2015	7.786	21.275	18.294	1.995
2	2016	14.165	29.412	22.922	3.099
3	2017	25.445	35.922	27.690	4.429
4	2018	53.137	48.976	25.911	6.411
5	2019	90.325	67.466	17.587	13.123
6	2020	148.394	98.301	24.479	22.189
7	2021	238.245	136.130	37.810	36.987

Sumber : data International Monetary Fund (IMF), 2022

Menurut data International Monetary Fund (IMF), tren transaksi internet banking dan mobile banking di Thailand tumbuh pesat dalam tujuh tahun terakhir, serta mengalahkan negara tetangganya seperti Malaysia, Indonesia, dan Vietnam. E-banking atau online banking adalah sebuah sistem perbankan yang tersedia melalui website atau situs internet. Sedangkan M-banking yakni sistem layanan dari bank yang tersedia melalui aplikasi smartphone. Pada tahun 2015 volume transaksi internet/mobile banking di Thailand baru berjumlah 7.786 transaksi per 1.000 penduduk. Namun, pada 2021 volumenya sudah naik menjadi 238.245 transaksi per 1.000 penduduk. Secara kumulatif, volume transaksi internet/mobile banking per 1.000 penduduk di Thailand tumbuh sekitar 2.959% selama periode 2015-2021. Tren pertumbuhan pesat juga terlihat di Malaysia dan Vietnam. Selama periode 2015-2021 volume transaksi internet/mobile banking per 1.000 penduduk di Malaysia tumbuh 539%, dan di Vietnam tumbuh 1.754%.

⁶ databoks.katadata.co.id diakses pada 09 Februari 2024

Sedangkan di Indonesia, tingkat pertumbuhannya hanya 106% dalam periode sama. Alhasil, volume transaksi internet/mobile banking per 1.000 penduduk di Indonesia pada 2021 lebih rendah dari Malaysia dan Thailand, serta hampir tersusul oleh Vietnam seperti terlihat pada grafik.

Pemerintah Indonesia menyatakan bahwasanya terus berupaya mendorong perluasan akses layanan keuangan digital untuk masyarakat. Dengan hal ini maka literasi keuangan dalam masyarakat perlu ditingkatkan melalui kolaborasi seluruh pihak, termasuk dengan asosiasi dan *platform* digital. Layanan keuangan serta layanan digital juga harus semakin menjangkau segenap lapisan masyarakat. Konektivitas digital yang memadai dan terjangkau merupakan hal yang penting bagi pengembangan ekonomi digital.⁷ Berdasarkan UU tentang perbankan, Bank Indonesia sedang mempersiapkan berbagai peraturan dan fasilitas pendukung lainnya untuk mendukung kegiatan operasional bank syariah, dengan tujuan memberikan dasar hukum yang lebih kokoh serta kesempatan yang lebih besar bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia.⁸ Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana dari masyarakat dan melakukan pembiayaan dan memberikan investasi, dan produk-produk keuangan lainnya kepada nasabah yang tidak melanggar prinsip-prinsip Syariah.⁹

Dengan berkembangnya ekonomi digital telah meningkatkan persaingan antara dunia usaha, sehingga para pengusaha khususnya ekonomi kreatif harus memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan ekonomi digital. Teknologi informasi yang semakin maju harus benar-benar dimanfaatkan oleh pengusaha sebagai alat kemajuan dalam ekonomi digital. Keseimbangan antara media informasi digital, pemanfaatan bersosial media, penjualan secara online serta metode pembayaran online harus bisa berjalan dengan seimbang,

⁷ databoks.katadata.co.id diakses pada 14 Juni 2023

⁸ Ibid., h. 20.

⁹ M. Nadratuzzaman Hosen, Perbankan Syariah, (Jakarta, pkes Publishing, versi e-book, Agustus, 2008).

tidaklah hanya berfokus pada salah satu saja, para pengusaha harus dapat mengatasi tantangan dan dapat menguasai teknologi agar dapat mengembangkan bisnisnya melalui perkembangan di era digital sekarang ini.

Kemampuan pengusaha lokal untuk mengelola usaha perekonomian dan mampu bersaing di antara banyaknya kompetitor merupakan sesuatu yang harus dihargai. Apalagi jika dikaitkan dengan pengusaha muslim di tengah-tengah kondisi umat Islam yang saat ini masih dirundung keterbelakangan, khususnya di bidang ekonomi. Hadirnya pengusaha muslim yang berhasil akan sangat membantu dalam mendorong lahirnya pengusaha muslim lain untuk mengikuti jejaknya. Kemungkinan mereka dapat menjadi contoh dalam berbisnis. Semangat mereka dalam berbisnis sebagai perwujudan dari semangat kerja yang tangguh maka perlu ditularkan kepada umat Islam lainnya.¹⁰

Kita dapat merasakan dampak penggunaan teknologi keuangan salah satunya yakni mobile banking yang memudahkan pengguna melakukan transaksi elektronik melalui aplikasi sehingga memberikan banyak kemudahan. Selain itu, perkembangan elektronik dan internet di Indonesia mengalami kemajuan yang begitu meningkat sehingga menjadi acuan bagi perbankan untuk mengikuti perkembangan saat ini sehingga nasabah merasa lebih nyaman dan lebih mudah bertransaksi. M-banking merupakan layanan yang dapat membantu dalam melakukan transaksi di bank menggunakan ponsel atau smartphone. Layanan tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh ke ponsel. Berbagai fitur dari layanan perbankan melalui perangkat mobile mencakup penyediaan informasi mengenai informasi jumlah saldo, riwayat transaksi rekening, pemberian informasi seperti lokasi cabang atau ATM terdekat, layanan transaksi seperti transfer dana antar rekening di bank

¹⁰ Huda, C. (2016). Etos Kerja Pengusaha Muslim (Studi Kasus pada Pengusaha Muslim Alumni UIN Walisongo Semarang). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 79-107.

yang sama atau bank lain, pembayaran tagihan listrik, pajak, air, internet, dan lain sebagainya.¹¹

Dari sektor usaha, secara transaksi maka mobile banking akan memudahkan para pengusaha dalam bertransaksi dan juga para pengusaha diharapkan mampu bersaing dengan para pengusaha lainnya, lalu kemudahan dalam bertransaksi akan dapat menjangkau lebih banyak konsumen karena konsumen lebih leluasa dalam memilih metode pembayaran, meminimalkan kerugian seperti (adanya uang palsu, uang rusak, atau kesalahan dalam menghitung kembalian dll), lebih aman juga karena tidak perlu membawa atau menyimpan uang terlalu banyak, dan transaksi akan lebih terpantau.¹²

Di salah satu wilayah di Indonesia, yakni provinsi Jawa Tengah, terdapat 29 Kabupaten dan 6 Kota. Jumlah industri dan tenaga kerja menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, Pada Tahun 2019-2022 yakni Industri, sebanyak 236.788 pada tahun 2022, Tenaga Kerja, sebanyak 1.810.576 pada tahun 2022 yang selalu meningkat setiap tahunnya.¹³Khususnya Kota Semarang yang memiliki jumlah UMKM yang terdaftar sebesar 29.868 UMKM terdaftar, jumlah skala kecil 7.679, Jumlah skala mikro 49, Jumlah skala menengah 2.¹⁴

Berbagai jenis pengusaha yang banyak dijumpai di berbagai daerah khususnya Jawa Tengah, salah satunya adalah Kota Semarang. Di Kota Semarang banyak sekali berbagai jenis pengusaha, mulai dari usaha kecil hingga usaha besar. Salah satu pengusaha atau organisasi yang berkembang di Kota Semarang adalah Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI yang merupakan wadah bagi Pengusaha Muslimah di Kota Semarang. Organisasi ini merupakan platform bagi pengusaha perempuan muslim yang didirikan oleh Departemen Pengembangan Peran Wanita (DPPW) Ikatan Cendekiawan

¹¹ Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87-104.

¹² Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. *Digitalisasi UMKM*, 57.

¹³ jateng.bps.go.id diakses pada 09 February 2024.

¹⁴ <https://dataumkm.semarangkota.go.id/> diakses February 2024

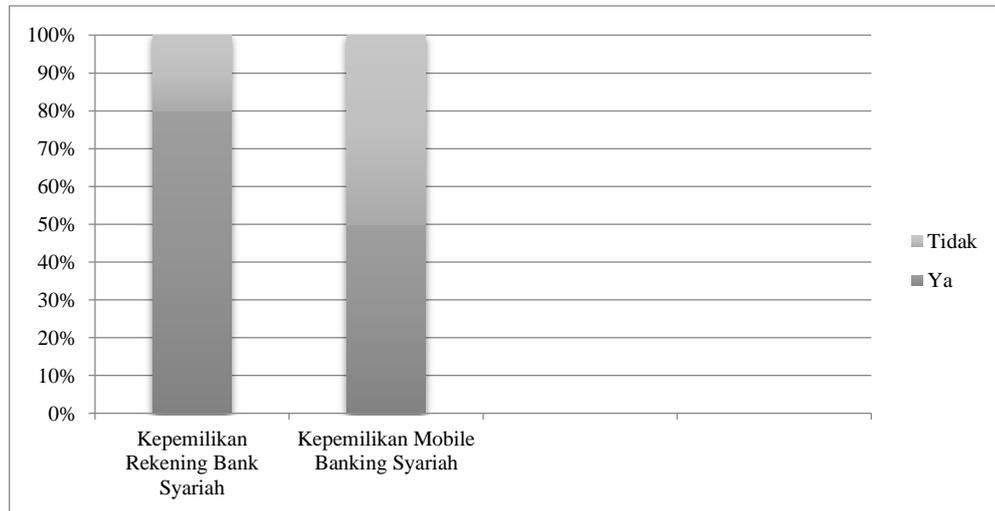
Muslim Indonesia (ICMI) Pusat. Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang bekerjasama dengan Telkom Indonesia melalui program Kampung UKM Digital. Tujuannya yakni membantu dan mensupport UMKM dalam Jaringan pemasaran online atau digital. PT Telkom berharap keberadaan Kampung Digital ini bisa membantu para pengusaha kecil untuk memasuki era perdagangan lintas batas dengan dukungan teknologi internet.¹⁵

Meskipun infrastruktur mendukung, tetapi jika tidak disertai kemampuan sumber daya manusia yang memadai maka akan menghambat perkembangan usaha. Beberapa dari anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI masih terdapat yang belum menggunakan digital payment mobile banking, bahkan menurut hasil wawancara awal, masih ditemukan beberapa anggota yang belum memiliki rekening di bank syariah karena masih merasa cukup dengan rekening yang sudah ada, masih ada juga yang belum kepikiran untuk membuat rekening bank syariah, adapun yang dahulunya sudah memiliki rekening dan mobile banking namun sekarang sudah tidak aktif, lalu adapula yang dilingkungannya tidak menawarkan produk syariah. Hal tersebut menjadi momen yang tepat untuk memperkenalkan layanan digital bank syariah sekaligus Fintech pada pelaku Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI di Kota Semarang.¹⁶ Berikut data yang peneliti dapatkan hasil pra survey :

¹⁵ Tafsir Web, Ketua Alisa Khadijah ICMI, Zakiah Jobban

¹⁶ Noor, S., & Ramadhani, R. P. (2023). Pemanfaatan Layanan Digital Bank Syariah Dan Sebagai Sarana Pengembangan Umkm. *Abdimas Galuh*, 5(1), 213-223.

Gambar 1. 1
Persentase Hasil Miniriset Anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah
ICMI Kota Semarang



Sumber: Data Diolah (2023).

Tabel 1. 2 Tabel Hasil Mini Riset

Observasi	Ya	Tidak
Kepemilikan rekening bank syariah	16	4
Kepemilikan mobile banking syariah	10	10

Sumber: Data Diolah (2023)

Meskipun mobile banking syariah menawarkan berbagai fasilitas dan keuntungan, seharusnya memberikan dorongan kepada anggota pengusaha muslimah untuk mengadopsi atau menerima layanan mobile banking syariah. Namun, hasil mini riset menunjukkan bahwa dari 20 anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang, 4 anggota belum memiliki rekening bank umum syariah, dan 10 anggota belum memakai layanan m-banking syariah. Ini menandakan jika adopsi m-banking syariah masih belum merata. Meskipun banyak manfaat dan berbagai fitur beragam yang ditawarkan dari penggunaan mobile banking syariah, namun pada

kenyataanya penggunaan mobile banking syariah pada kalangan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang masih belum menyeluruh.

Penelitian terdahulu akhirnya mengidentifikasi beberapa faktor yang terkait dengan penggunaan mobile banking yang dapat memengaruhi keputusan seseorang. Salah satunya adalah penelitian yang mengevaluasi tingkat literasi keuangan yang dilakukan oleh Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022) menyebutkan bahwa faktor literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking.¹⁷ Temuan yang lainnya terlihat perbedaan hasil pada penelitian yang dilakukan oleh Susanti, K. T. P. (2020) menyebutkan bahwasanya literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan mobile banking.¹⁸

Literasi keuangan adalah suatu upaya untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, kepercayaan, kemampuan, dan keterampilan dalam mengelola keuangan, sehingga masyarakat dapat menggunakan layanan jasa keuangan, baik yang bersifat konvensional maupun syariah, untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengantisipasi kondisi keuangan di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.¹⁹ Literasi keuangan memiliki peran dalam membantu masyarakat dalam menunjuk dan menggunakan produk dari lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan.²⁰

Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan pada tahun 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68

¹⁷ Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Penggunaan BSI Mobile. *Islamic Economics and finance in Focus*, 1(2).

¹⁸ Susanti, K. T. P. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING BCA, BNI, BRI. *Sumber*, 6(420.412), 942.

¹⁹ Hakim, M. A. R. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).

²⁰ Adiyanto, M. R., Purnomo, A. S. D., & Setyo, A. (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1-12.

persen naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen.²¹ Untuk pertama kalinya, dari segi gender, indeks literasi keuangan perempuan melebihi laki-laki, dengan angka 50,33 persen dibandingkan dengan laki-laki yang mencapai 49,05 persen. Pada tahun 2020 s.d. 2022, padahal biasanya yang lebih sensitif terkait dengan keuangan adalah perempuan karena perempuan memiliki tanggung jawab untuk mengelola keuangan keluarganya. Otoritas Jasa Keuangan menjadikan perempuan sebagai sasaran prioritas dalam arah strategis literasi keuangan.²² Hal ini mengakibatkan masih kurangnya perkembangan keuangan syariah sehingga memerlukan peran pemerintah dan sektor keuangan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah.²³

Faktor lain yang mempengaruhi mobile banking berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tun, P. M. (2020) mengidentifikasi variabel yang berdampak pada penggunaan mobile banking, di antaranya adalah dampak sosial.²⁴ Temuan yang sama yang mempengaruhi yang dilakukan oleh Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019) menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.²⁵ Dengan demikian, dampak lain yang dapat mempengaruhi terhadap keputusan penggunaan mobile banking adalah pengaruh sosial.

Pengaruh sosial dapat dijelaskan sebagai sejauh mana seseorang menganggap orang di sekitarnya sebagai keluarga atau teman yang mempengaruhi mereka untuk mencoba atau menggunakan sesuatu yang baru.²⁶ Faktor sosial ialah kelompok atau individu yang saling mempengaruhi satu sama lain berdasarkan kebiasaan yang ada dalam kehidupan sehari-hari

²¹<https://www.ojk.go.id/> diakses pada 1 Juni 2023

²²<https://www.ojk.go.id/id/> diakses pada 1 Juni 2023

²³<https://www.ojk.go.id/> diakses pada 1 Juni 2023

²⁴ Tun, P. M. (2020). Factors influencing intention to reuse mobile banking services for the private banking sector in Myanmar. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, 7(1), 63-78.

²⁵ Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and US participants. *International Journal of Information Management*, 44, 132-140.

²⁶ Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16 (2).

yang terjadi secara langsung ataupun tidak langsung, sikap individu biasanya dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, peran dan status sosial. Dalam kehidupannya seorang individu akan melakukan hubungan interaksi sosial atau bersosialisasi dilingkungannya secara terus menerus dan berkesinambungan.²⁷ Aktivitas ekonomi di sektor perbankan bisa dipicu oleh pengaruh sosial yang mendorong seseorang untuk menggunakan produk atau layanan tertentu, seperti mobile banking syariah.²⁸

Studi lain menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang memberikan dampak yang baik terhadap keputusan individu dalam menggunakan layanan mobile banking syariah. Temuan dari riset yang dilakukan oleh Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022) mengungkap bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking.²⁹ Penelitian lain yang mengevaluasi gaya hidup, yang dilakukan oleh Hardiyanti, H. (2022), menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak memiliki dampak pada penggunaan mobile banking di Kota Kudus.³⁰

Adopsi layanan perbankan digital seperti mobile banking juga dipengaruhi oleh gaya hidup, yang merupakan pola kehidupan individu yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapat mereka, melebihi sekadar kelas sosial dan kepribadian seseorang. Gaya hidup menggambarkan pola umum reaksi dan interaksi seseorang di dunia. Pola reaksi dan interaksi muncul tidak hanya dalam pekerjaan, hobi, belanja, olah raga, dan aktivitas sosial, tetapi juga dalam waktu makan, keluarga, dan waktu senggang. Sikap adalah hal yang diyakini memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan individu. Fenomena pembayaran secara cashless pun menjadi

²⁷ Anoraga, P. (2007). Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi. Jakarta: Rineka Cipta, 66.

²⁸ Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional."

²⁹ Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 301-314.

³⁰ Hardiyanti, H. (2022). Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 335-340.

solusi gaya hidup masyarakat modern yang membutuhkan kemudahan dan efisiensi. Selain menawarkan kepraktisan dan efisiensi, tren cashless juga memiliki keuntungan karena rekam jejak digital bisa memudahkan pencatatan keuangan. Praktis dalam satu genggam, kini ponsel tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan media hiburan, namun juga alat pembayaran melalui berbagai aplikasi mobile banking maupun e-wallet yang terinstal di ponsel.³¹

Perbedaan antara riset yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan riset yang dilakukan oleh peneliti saat ini terletak pada keragaman variabel yang digunakan dan fokus objek penelitiannya. Di sini, peneliti memperkenalkan variabel literasi keuangan, variabel pengaruh sosial, dan variabel gaya hidup yang memberikan strategi dalam partisipasinya dalam meningkatkan penggunaan mobile banking syariah.

Berdasarkan fenomena yang diamati dan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil yang berbeda, hal ini menjadikan pernyataan tersebut sebagai titik awal dan konteks bagi peneliti untuk mempelajari alasan penggunaan mobile banking pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang. Oleh karena itu, berdasarkan masalah yang telah diuraikan dalam latar belakang, dimana literasi keuangan, pengaruh sosial, dan gaya hidup menjadi aspek yang perlu dievaluasi dalam meningkatkan pemanfaatan layanan perbankan syariah berbasis mobile. Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lanjutan mengenai pemanfaatan mobile banking syariah dengan judul yang berjudul: **“Pengaruh Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Mobile Banking Syariah. (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah Icmi Kota Semarang)”**.

³¹ Tafsir Web, <https://infobrand.id/> diakses February 2024

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *literasi keuangan* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang?
2. Bagaimana pengaruh *lingkungan sosial* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang?
3. Bagaimana pengaruh *gaya hidup* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan pembahasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *literasi keuangan* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *lingkungan sosial* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *gaya hidup* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian, adalah :

1. Manfaat secara teoritis

Meningkatkan pemahaman mengenai digital banking pada Mobile Banking Syariah, produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah, serta hambatan dan tantangan yang timbul dalam penggunaan Mobile Banking dalam perbankan syariah.

2. Manfaat secara praktis

- a. Sebagai sarana untuk mengevaluasi upaya Bank Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan layanan Mobile Banking dalam lembaga keuangan syariah.
- b. Diharapkan dapat memberikan manfaat yang didapatkan selama kuliah, khususnya mengenai digital banking pada Bank Syariah.
- c. Sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penelitian ini dan agar mudah dipahami, diperlukan pengaturan struktur penulisan yang sederhana sehingga isi penelitian ini dapat dimengerti dengan mudah. Oleh karena itu, penulis akan menyajikan struktur pembahasan dari penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan terkait pendahuluan yang meliputi pemaparan tentang konteks masalah, perumusan masalah, tujuan dan keuntungan penelitian, serta struktur penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai pendahuluan yang menjelaskan kerangka teori dan hipotesis. Pada bab ini dibahas mengenai grand theory, kerangka teori dari pengertian mobile banking syariah, perbankan syariah, keputusan menggunakan, literasi keuangan, pengaruh sosial, gaya hidup, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan terdapat jenis dan sumber data, sumber penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, indikator penelitian, variabel penelitian dan pengukuran teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan penyajian data, analisis data dan interpretasi data. Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil dari analisa yang telah dilakukan dan kemudian akan dipaparkan secara sistematis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat kesimpulan dan juga saran. Pada bagian ini, tujuannya adalah untuk memberikan pembaca gambaran kesimpulan dari penelitian. Selain itu, peneliti juga memberikan rekomendasi kepada pihak bank dan nasabah untuk mengatasi permasalahan yang ada, serta saran kepada peneliti berikutnya untuk mengembangkan penelitian ini lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behaviour, teori perilaku perencanaan, yang dipelopori oleh Ajzen pada tahun 1991, adalah kerangka yang menggambarkan niat individu untuk melakukan perilaku khusus. Teori ini biasanya menjelaskan sejauh mana seorang individu dapat melakukan suatu tugas tertentu. Teori perilaku perencanaan menjelaskan alasan seseorang saat bertindak, individu dengan menyatakan bahwa tindakan disebabkan oleh niat.³²

Teori perilaku perencanaan memiliki 3 konsep yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku. Sikap terhadap perilaku ini mencakup penilaian individu terhadap suatu perilaku, apakah perilaku tersebut dianggap baik atau buruk, positif atau negatif. Norma subyektif merujuk pada persepsi individu tentang tekanan sosial yang mereka alami dari orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Ini termasuk pandangan dan harapan orang-orang di sekitar individu tersebut. Kontrol perilaku ini mengacu pada persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulit untuk melakukan perilaku tertentu. Ini bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keterampilan individu, aksesibilitas sumber daya, dan faktor-faktor lingkungan lainnya.³³

Dalam penelitian ini, persepsi terhadap perilaku digunakan untuk mengilustrasikan bagaimana literasi keuangan memengaruhi keputusan individu dalam memanfaatkan layanan perbankan berbasis syariah melalui perangkat mobile. Secara umum, pelanggan yang mempunyai pengetahuan yang lebih baik tentang keuangan cenderung menyambut baik kemajuan

³² Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: model kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689-1699.

³³ Achmat, Z. (2010). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 23(2), 1-20.

dalam penggunaan layanan seperti mobile banking syariah. Maka, keyakinan terhadap perilaku akan memotivasi seseorang untuk mengambil tindakan. Norma subyektif membantu dalam menjelaskan bagaimana pengaruh sosial dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memanfaatkan layanan mobile banking syariah. Pengaruh sosial umumnya timbul dari interaksi dengan teman, keluarga, organisasi, dan lingkungan, yang merupakan elemen penting dari pengaruh sosial. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku dapat menjelaskan tingkat kendali yang dirasakan oleh individu terhadap perilakunya.

Pengaruh tinggi literasi keuangan pada nasabah akan menciptakan sikap positif terhadap keputusan mereka terkait menggunakan produk perbankan syariah, terutama dalam konteks mobile banking, karena mereka memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri, mengelola keinginan, dan melaksanakan tindakan yang telah dipersiapkan. Teori ini secara efektif menjelaskan peningkatan transaksi mobile banking syariah dengan mempertimbangkan variabel literasi keuangan, pengaruh sosial, dan gaya hidup dalam proses keputusan untuk memanfaatkan layanan tersebut.

2.2 Mobile Banking

M-banking, singkatan dari *mobile banking*, merupakan sistem transaksi perbankan yang dilakukan melalui perangkat ponsel, baik melalui aplikasi m-banking khusus maupun aplikasi bawaan dari operator seluler. Layanan Mobile Banking ini sangat diminati oleh nasabah karena memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan dan mengakses informasi rekening menggunakan ponsel.³⁴

Mobile banking ialah layanan yang mengizinkan nasabah bank untuk melaksanakan aktivitas perbankan dengan memanfaatkan telepon genggam atau smartphone. Layanan ini dapat diakses melalui aplikasi yang bisa

³⁴ Rian Maulana, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany, „Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model“, *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2.2 (2019), 149.

diunduh dan diinstal oleh pelanggan, yang menyediakan menu-menu untuk berbagai transaksi. Dibandingkan dengan SMS banking, mobile banking menawarkan kemudahan karena pelanggan tidak perlu mengingat format pesan SMS yang harus dikirimkan ke bank beserta nomor tujuan SMS banking. Layanan mobile banking menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengakses rekening bank mereka dan melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler mereka. Beberapa fitur umum yang ditawarkan oleh layanan mobile banking yakni pengecekan saldo, transfer dana, pembelian pulsa, pembayaran tagihan listrik, air, internet, notifikasi transaksi, dan berbagai fitur lainnya. Agar bisa menggunakan mobile banking, pelanggan perlu mendaftar ke bank terlebih dahulu. Pelanggan dapat mengakses layanan mobile banking dengan membuka menu yang disediakan dalam aplikasi yang telah diunduh di ponsel mereka. Jika nasabah ingin menggunakan aplikasi mobile banking yang terinstal di handphone, nasabah harus segera mengunduh dan menginstal aplikasi mobile banking tersebut di handphone. Saat membuka aplikasi tersebut, pengguna harus memasukkan kata sandi dan User-ID. Setelah itu, mereka dapat memilih dari menu transaksi yang tersedia dan harus memasukkan OTP-nya saat memulai transaksi.³⁵

2.2.1 Manfaat Mobile Banking

1. Praktis (tidak perlu membawa dan menghitung uang tunai) dan aman (menggunakan PIN/ kode rahasia).
2. Memudahkan transaksi non finansial dan finansial tanpa harus mengunjungi bank. Namun, hanya cukup menggunakan smartphone atau perangkat elektronik lainnya yang memiliki akses internet.

³⁵ Rian Maulana, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany, „Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model“, *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2.2 (2019), 150 .

2.2.2 Cara Mendapatkan Mobile Banking

1. Memiliki rekening di bank.
2. Mendaftar fasilitas internet banking atau m-banking di ATM dan cabang terdekat atau mengunjungi Customer Service cabang bank terdekat untuk pendaftaran kedua fasilitas tersebut.
3. Untuk mengakses fasilitas mobile banking, mengunduh aplikasi Mobile Banking di telepon seluler (Google Play/Apple Store) atau aplikasi bawaan operator seluler yang sudah terpasang.

2.2.3 Cara Bertransaksi Mobile Banking

1. Untuk memulai transaksi fasilitas m-banking dengan memasukkan Kode Akses.
2. Pilih menu transaksi yang diinginkan misalnya info rekening, transfer, pembayaran, pembelian dll.
3. Setiap transaksi finansial harus menggunakan PIN
4. Log Out setelah selesai bertransaksi.³⁶

2.2.4 Kelebihan Mobile Banking

Secara spesifik, pemanfaatan mobile banking memberikan dampak positif bagi bank, pelanggan, dan operator telepon seluler. Terdapat beberapa manfaat positif yang dimiliki oleh layanan mobile banking, termasuk :

1) Bank

Salah satu dampak positif dari Mobile Banking bagi bank adalah peningkatan jumlah nasabah serta kepercayaan yang diberikan oleh nasabah terhadap bank tersebut. Hal ini membawa keuntungan bagi bank dalam hal peningkatan keuntungan dan memperkuat hubungan dengan nasabah.

³⁶ <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> diakses pada 9 Juni 2023

2) Nasabah

Bagi nasabah, keberadaan Mobile Banking memberikan pelayanan yang lebih baik karena menyediakan kemudahan yang lebih besar dalam menjalankan transaksi perbankan. Dengan menggunakan Mobile Banking, pelanggan dapat dengan praktis mengakses beragam layanan perbankan secara fleksibel, tanpa perlu datang langsung ke cabang bank, melainkan cukup melalui perangkat seluler mereka kapan saja dan di mana saja. Hal ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka.

3) Operator Seluler

Bagi operator seluler, mereka akan mendapatkan konsumen yang aktif dalam menggunakan ponselnya melalui Mobile Banking. Pemanfaatan Mobile Banking mengimplikasikan penggunaan pulsa, yang akan mendorong pelanggan untuk memperoleh lebih banyak pulsa agar dapat melakukan transaksi Mobile Banking.

2.2.5 Kekurangan Mobile Banking

Meskipun begitu, dengan pertumbuhan internet sebagai landasan dalam layanan jasa keuangan, ada berbagai risiko yang mungkin timbul di masa mendatang. Secara umum, bagi bank yang menyelenggarakan layanan tersebut, terdapat beberapa risiko spesifik yang terkait dengan penggunaan mbanking, yaitu :

- a. Risiko Transaksi/Operasional adalah risiko yang timbul akibat penipuan, kesalahan dalam proses, gangguan sistem, atau kejadian tak terduga lainnya yang dapat menyebabkan kerugian bagi bank dan pelanggan.³⁷
- b. Risiko Reputasi adalah risiko yang terkait dengan reputasi atau citra perusahaan bank itu sendiri apabila layanan mobile banking yang disediakan tidak berjalan dengan baik.

³⁷ Jelita, W. R. S., & Shofawati, A. (2019). Manajemen Risiko Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jabal Nur Tebuireng di Surabaya. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 69-82.

- c. Kurang handalnya *mobile app* itu sendiri, dimana terkadang terjadi eror didalam aplikasi itu sendiri.
- d. Infrastruktur internet untuk pendukung *mobile app* yang belum handal, dimana akses internet di Indonesia bahkan di kota-kota besar sekalipun masih terdapat area-area yang tidak dicakupi akses internet.
- e. Terkadang dari beberapa aplikasi mobile banking tidak tersedianya fitur notifikasi pada *mobile app*.³⁸

Hal-hal yang dapat dilakukan oleh nasabah untuk mencegah bahaya atau resiko dalam penyalahgunaan mobile banking, antara lain :

1. Merahasiakan PIN dan tidak menyimpan pada ponsel
2. Menggunakan PIN yang tidak mudah ditebak
3. Mengganti PIN secara berkala
4. Senantiasa memperhatikan notifikasi e-mail dari bank.³⁹

Ketika menggunakan layanan m-banking, bank akan menghadapi risiko khusus yang terkait dengan penggunaan dan ketersediaan teknologi informasi. Oleh karena itu, perbankan harus mengambil langkah-langkah pencegahan untuk mengurangi potensi risiko yang muncul dari layanan m-banking, dengan memperhatikan prinsip keamanan data nasabah dan transaksi m-banking.

Dalam Islam, untuk memberikan hasil usaha yang baik dalam bentuk barang, layanan, atau jasa, seharusnya memastikan kualitasnya tinggi dan tidak memberikan informasi yang palsu kepada orang lain.⁴⁰ Pribadi muslim seharusnya profesional dan berahlak mulia itu akan menjadikan setiap tindakan adalah pelayanan yang berkualitas sehingga

³⁸ Basoeky, U., Panggabean, S., Manu, G. A., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., & Sudirman, A. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat. Media Sains Indonesia.

³⁹ <https://www.ojk.go.id/Files/box/buku%20bijak%20ber-ebanking.pdf> diakses pada 10 Juni 2023.

⁴⁰ Kertajaya, H., & Muhammad, S. (2006). Syariah Marketing Bandung: Mizan Pustaka.

orang yang ada disekitarnya merasakan kedamaiannya, seperti hadits nabi Muhammad SAW berikut ini :

Surat At Taubah ayat 105

وَقُلِ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya :

*Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*⁴¹

Ketika menafsirkan ayat diatas, Hasbi Ash-Shiddieqy membagi tujuan bekerja (beramal) bagi seorang muslim menjadi empat yaitu tujuan dunia, akhirat, diri sendiri dan umat. Setiap pekerjaan tersebut akan mendapatkan balasannya baik di dunia maupun di akhirat. Tujuan pelayanan yang paling mulia adalah ketika pelayanan tersebut berorientasi ukhrawi berbasiskan pemberdayaan umat. Selain itu, ayat diatas menunjukkan betapa besarnya pengawasan terhadap segala pekerjaan. Ketika menjalankan fungsi pelayanan, dia akan senantiasa diawasi oleh Allah Swt dan orang-orang mukmin disekitarnya. Sehingga pekerjaan tersebut akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah dan orang-orang mukmin sebagai konsekuensi pengawasan tadi. Lebih jauh lagi, segala pekerjaan kita akan ditampilkan dihadapan Allah SWT, Rasulullah, dan orang-orang beriman.⁴²

⁴¹ Tafsir Web, Surat At Taubah ayat 105, <https://quran.nu.or.id/at-taubah/105>

⁴² Muhammad Nasib Rifa'I, Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, (Jakarta: Gema Insani, 2012), h. 467.

2.3 Perbankan Syariah

2.3.1 Pengertian Bank Syariah

Keberadaan lembaga perbankan dalam menerapkan sistem pembayaran yang sangat kompleks menjadi hal yang sangat penting dan sulit dibayangkan tanpanya di suatu negara. Individu yang memiliki dana berlebih memiliki opsi untuk menyimpan atau menempatkan uangnya di lembaga perbankan. Alasan utama untuk menempatkan dana di bank adalah untuk memastikan keamanan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran.⁴³ Bank Syariah adalah institusi keuangan yang fokus utamanya adalah memberikan pembiayaan dan layanan dalam proses pembayaran serta sirkulasi uang yang pengelolaannya diselaraskan dengan prinsip-prinsip syariah islam.⁴⁴ Menurut Bank berdasarkan UU No 10 Tahun 1998, bank ialah suatu usaha yang mengelola uang masyarakat umum dalam bentuk simpanan dan melakukan pembiayaan kepada masyarakat umum dalam bentuk pinjaman, antara lain, dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan banyak orang. Dapat disimpulkan dari pengertian bank sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 bahwa kegiatan usaha perbankan terdiri dari tiga kegiatan utama menghimpun uang, menyalurkan uang, dan pemberian jasa bank lainnya.

Definisi bank syariah berdasarkan UU No 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah mencakup semua aspek terkait bank syariah dan unit usaha syariah, termasuk kegiatan usaha, serta metode dan proses pelaksanaan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan operasinya berdasarkan prinsip syariah,

⁴³ AZ Nihayah, LH Rifqi - Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis, 2022

⁴⁴ M. Nadratuzzaman Hosen, Perbankan Syariah, (Jakarta, pkes Publishing, versi e-book, Agustus, 2008).

dan secara jenisnya terbagi menjadi Bank umum syariah dan Bank pembiayaan rakyat syariah.⁴⁵

Masyarakat, baik di negara maju maupun berkembang, mengandalkan perbankan secara luas untuk melaksanakan transaksi keuangan. Mereka melihat bank sebagai lembaga keuangan yang dapat diandalkan untuk berbagai aktivitas keuangan. Kegiatan keuangan yang umum dilakukan, baik di negara maju maupun berkembang, meliputi penyimpanan dan penyaluran dana. Sistem operasional bank syariah berbeda dengan bank konvensional, di mana Bank Islam menawarkan layanan tanpa bunga kepada pelanggan. Dalam sistem perbankan syariah, pembayaran dan peminjaman dilakukan dalam berbagai bentuk transaksi.⁴⁶

2.3.2 Prinsip-prinsip operasional Bank Syariah

1. Bebas dari bunga (riba). Riba adalah suatu tambahan yang diambil atas adanya suatu utang piutang antara dua pihak atau lebih yang telah diperjanjikan pada saat awal dimulainya perjanjian. Setiap tambahan yang diambil dari transaksi utang piutang bertentangan dengan prinsip islam.⁴⁷
2. Kebebasan bertransaksi, namun harus didasari dengan prinsip suka sama suka dan tidak ada pihak yang dizalimi dengan didasari oleh akad yang sah.
3. Bebas dari maysir yaitu judi, gharar yaitu ketidakpastian/penipuan.
4. Transaksi didasarkan pada kerjasama yang saling menguntungkan.
5. Setiap transaksi dilaksanakan dalam rangka mewujudkan kemaslahatan manusia.⁴⁸

⁴⁵ Rahma, T. I. F. (2018). Perbankan syariah 1.

⁴⁶ Perbankan Syariah. (2011). Indonesia: Kencana.

⁴⁷ Perbankan Syariah. (2011). Indonesia: Kencana.

⁴⁸ Bank & Lembaga Keuangan Syariah. (2016). Indonesia: Kencana Prenada Media.

2.3.3 Konsep Operasional Perbankan Syariah

1. Penghimpunan dana

Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat melalui produk-produk seperti rekening giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam pengumpulan dana ini mencakup prinsip Wadi'ah dan Mudharabah.

2. Pembiayaan

Dalam pembiayaan modal kepada nasabah, produk pembiayaan syariah seringkali dibedakan menjadi tiga jenis yang dibedakan berdasarkan peruntukannya, yaitu pembiayaan berbasis pembelian, pembiayaan berbasis sewa guna usaha, dan dibiayai berdasarkan prinsip bagi hasil.

2.3.4 Produk Jasa Perbankan Lainnya

Salah satu jenis produk jasa perbankan lainnya adalah layanan perbankan di mana bank syariah menerima imbalan atas layanan-layanan perbankan yang disediakan selain dari fungsi inti sebagai lembaga perantara keuangan.

1. Wakalah atau perwakilan adalah tindakan menyerahkan, mendelegasikan, atau memberikan mandat kepada orang lain.
2. Kafalah yakni adalah jenis jaminan yang disediakan oleh penjamin kepada pihak ketiga untuk menjamin pemenuhan kewajiban pihak kedua atau yang dijamin.
3. Sharf, atau layanan jasa perbankan, adalah proses jual beli valuta asing yang sesuai dengan prinsip-prinsip sharf.
4. Qardh adalah praktik meminjamkan harta kepada orang lain yang dapat ditarik kembali atau diminta kembali.
5. Rahn adalah tindakan menahan salah satu aset yang dimiliki oleh peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang telah diterimanya.
6. Hawalah adalah mengalihkan utang dari orang yang meminjam kepada orang lain yang bertanggung jawab untuk melunasinya.

Dalam terminologi para ulama, ini merupakan pengalihan tanggung jawab atas utang dari peminjam kepada pihak yang bertanggung jawab untuk melunasinya.

7. Ijarah selain digunakan sebagai dasar syariah untuk produk pembiayaan seperti sewa beli, akad ijarah juga menjadi prinsip dalam layanan perbankan lainnya, seperti penyewaan kotak simpanan atau SDB (safe deposit box). Bank menerima imbalan sewa atas layanan tersebut.
8. Akad al-wadiah, selain digunakan sebagai dasar syariah untuk produk tabungan dan giro, juga menjadi landasan untuk layanan administrasi dokumen. Bank menerima imbalan atas layanan tersebut.⁴⁹

Segala operasional perbankan yang dilakukan oleh bank syariah berpedoman pada ajaran *Al-Quran* dan *Hadits*. Kegiatan suatu bank syariah dapat berjalan lancar apabila mempunyai landasan kokoh yang terdiri dari syar'iat Islam yang sesuai. Hal ini dapat dilihat dari *Al-Qur'an* dan hadits berikut ini :

Larangan riba, yang didasarkan pada ayat 275 dari Surat *Al-Baqarah*.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan

⁴⁹ <https://www.ojk.go.id/> diakses pada 9 Juni 2023

riba. Meskipun Allah menghalalkan perdagangan dan melarang riba. Siapa pun yang diberi peringatan oleh Tuhannya dan berhenti dari riba, maka apa yang telah dia peroleh sebelumnya menjadi miliknya, dan urusannya menjadi tanggung jawab Allah. Namun, bagi mereka yang terus melanggar, mereka akan menjadi penghuni neraka dan tinggal di dalamnya selama-lamanya.⁵⁰

Hadits tentang Riba, berdasarkan hadits yang sudah disepakati keshahihannya dari Abu Hurairah Radhiyallahuanhu, ia berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda :

إِجْتَنِبُوا السَّبْعَ الْمُؤَبَّاتِ وَذَكَرَ مِنْهُنَّ أَكَلَ الرَّبَا

Artinya :

“Jauhilah tujuh perkara yang membawa kehancuran,” dan beliau menyebutkan di antaranya, “Memakan riba.”⁵¹

Larangan terhadap semua bentuk praktik riba, seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 278-280.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman. Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.⁵²

⁵⁰ Tafsir Web, Surat Al-Baqarah, ayat 275, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>

⁵¹ Tafsir Web, Hadits tentang Riba, <https://alukhuwah.com/2017/02/16/bahaya-riba/>

⁵² Tafsir Web, QS. Al Baqarah: 278-280, <https://quran.com/id/sapi-betina/278-280>

Q.S. An-Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁵³

Al-Hadist yang menjadi dasar operasional bank syariah, yang diriwayatkan oleh Muslim dari Jabir bin Abdillah, bahwa ia menceritakan :

*“Rasulullah melaknat pemakan riba, orang yang memberi makan dengan riba, juru tulis transaksi riba, dua orang saksinya, beliau bersabda, Semuanya sama saja.”*⁵⁴

⁵³ Tafsir Web, Q.S. An-Nisa : 29, <https://quran.nu.or.id/an-nisa/29>

⁵⁴ Tafsir Web, Al-Hadist dasar operasional bank syariah, <http://repository.umy.ac.id/>

2.3.5 Akad-akad Dalam Transaksi Perbankan Syariah

a. Wadiah

Penitipan barang atau uang adalah proses dimana seseorang yang memiliki barang atau uang menyerahkan kepercayaan kepada pihak lain untuk menjaga keselamatan, keamanannya.

b. Mudharabah

Kerjasama dalam bisnis adalah kesepakatan antara pihak yang menyediakan modal (mudharib, shahibulmal, atau bank syariah) dan pihak lain yang bertugas mengelola dana (mudharib atau nasabah), yang diatur dalam sebuah perjanjian atau akad. Dalam kesepakatan ini, semua kerugian ditanggung oleh bank syariah, kecuali jika pihak kedua secara sengaja melakukan kesalahan, kelalaian, atau melanggar perjanjian.

c. Musyarakah

Kesepakatan kerjasama antara dua atau lebih pihak untuk melakukan suatu usaha khusus di mana setiap pihak memberikan sumbangan dana sesuai dengan proporsi mereka masing-masing.

d. Murabahah

Perjanjian pembiayaan barang di mana harga jual barang tersebut ditetapkan kepada pembeli, dan pembeli membayarnya dengan harga yang telah disepakati sebagai margin keuntungan.

e. Salam

Perjanjian pembiayaan barang melibatkan proses pemesanan dan pembayaran harga di muka, sesuai dengan syarat-syarat yang telah disetujui sebelumnya.

f. Isthisna

Perjanjian pembiayaan barang yang melibatkan pesanan pembuatan barang khusus antara pembeli (mustashni) dan penjual atau pembuat (shani).

g. Ijarah

Perjanjian penyediaan dana untuk mengalihkan hak penggunaan atau manfaat dari suatu barang atau jasa melalui transaksi sewa, tanpa mengalihkan kepemilikan barang tersebut.

h. Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik

Perjanjian penyediaan dana yang ditujukan untuk mengalihkan hak penggunaan dari barang atau jasa melalui transaksi sewa, dengan kemungkinan opsi untuk pemindahan kepemilikan barang tersebut.

i. Qardh

Perjanjian pemberian dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah harus mengembalikan dana yang diterimanya dalam waktu tertentu sesuai kesepakatan.⁵⁵

2.3.6 Daya Tarik Bank Syariah

Umat Islam wajib mengamalkan syariat Islam dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan perekonomian (Muamalah). Saat ini lembaga muamalah telah tumbuh dan berkembang, termasuk Bank Syariah. Umat Islam juga hendaknya mendukung gerakan ekonomi syariah melalui bank syariah, karena bank syariah bertujuan untuk memajukan perekonomian umat dengan penerapan Islam pada umumnya. Bank syariah ini memiliki daya tarik antara lain sebagai berikut :

a. Daya tarik bank syariah

Hal ini juga ditunjukkan dengan membangun semangat solidaritas antara tiga pihak yaitu nasabah penyimpan dana, pihak perbankan, dan penerima pembiayaan dana. Ketiga pihak di atas membagi keuntungan sesuai nisbah yang telah disepakati.

⁵⁵ <https://ojk.go.id/> diakses pada 27 Juni 2023

b. Ikatan emosional yang kuat

Daya tarik bank syariah terletak pada ikatan emosional dan agama yang kuat yang mengikat pemegang saham, manajer bank, dan nasabahnya. Dari hubungan emosional tersebut, dapat dikembangkan semangat solidaritas untuk menghadapi risiko bisnis dan berbagi keuntungan secara adil dan jujur. Karena keterikatannya terhadap agamanya (Islam dan Iman), maka seluruh pihak yang berkecimpung dalam perbankan syariah akan berusaha semaksimal mungkin mengamalkan ajaran agamanya, agar hasil yang dicapainya dianggap membawa keberkahan.

c. Berbeda dengan bank konvensional

Bank syariah secara tegas berpihak pada ekonomi kerakyatan. Simpanan rakyat dikembalikan kepada rakyat untuk dipergunakan dalam usaha produktif dan terjamin kehalalannya. Jika bank syariah tumbuh besar dan mendapat dukungan luas dari seluruh umat Islam, maka insyaallah akan meningkatkan pendapatan masyarakat dan ekonomi kerakyatan akan terus berkembang.

d. Transparan

Dengan adanya sistem bagi hasil, untuk menyimpan uang, peringatan dini terhadap kondisi dan status bank dapat diketahui setiap saat berkat kenaikan atau penurunan jumlah bagi hasil yang diterima setiap bulannya. Hal ini harus diketahui secara transparan. Transparansi ini juga diatur dalam UU No 10 Tahun 1998, yang mana rahasia perbankan tidak termasuk dalam aspek keuangan. Artinya, nasabah tabungan berhak mengetahui kemana dana tabungan digunakan, siapa yang menerima pendanaan, dan berapa keuntungan yang diperoleh bank setiap bulannya.

2.3.7 Lembaga-lembaga fasilitator sistem keuangan syariah di Indonesia

Di Indonesia, sistem keuangan dijalankan melalui dua sistem, yakni sistem konvensional dan syariah. Dalam memastikan pemenuhan prinsip-prinsip syariah, tanggung jawabnya berada di Dewan Syariah Nasional MUI. Secara institusional, lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan hukum syariah diawasi secara operasional oleh Bank Indonesia dan Kementerian Keuangan. Selain itu, untuk menengahi perselisihan yang timbul di lembaga keuangan syariah terdapat Dewan Arbitrase Syariah Nasional.

- a. Bank Indonesia, sebagai bank sentral, memiliki tanggung jawab untuk menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem devisa, serta mengatur dan mengawasi bank. Selain itu, bank sentral memiliki fungsi pengawasan terhadap sistem moneter, penciptaan uang kertas dan logam, serta menjadi penjaga cadangan dan devisa.
- b. Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan yang dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang bertugas menjalankan peran MUI dalam memajukan ekonomi umat serta menangani isu-isu yang berkaitan dengan aktivitas lembaga keuangan syariah. Fungsi DSN adalah meneliti, mendalami, dan merumuskan nilai serta prinsip-prinsip hukum Islam dalam bentuk fatwa yang menjadi panduan dalam transaksi di lembaga keuangan syariah. Sementara, tugas DPS adalah mengawasi aktivitas bisnis lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan ketentuan prinsip syariah yang telah dinyatakan dalam fatwa oleh DSN.

- c. Badan Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS), adalah lembaga yang menengahi perselisihan antara LKS dan nasabahnya sesuai dengan tata cara hukum syariah umumnya nasabah memilih datang ke BASYARNAS sebelum ke pengadilan negeri karena cara ini dinilai lebih efisien dan dalam hal biaya dan waktu.⁵⁶

2.4 Keputusan Menggunakan

2.4.1 Pengertian keputusan menggunakan

Suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah.⁵⁷ Kemudian, dari keputusan yang diambil oleh nasabah adalah proses penyatuan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih pilihan tindakan yang berbeda, dan memilih satu dari alternatif-alternatif tersebut. Pemilihan tersebut terjadi berdasarkan informasi dan pengetahuan yang telah diperoleh oleh nasabah.

Selain Gen Z yang dikenal sering menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi sekarang juga sudah merambah kepada masyarakat terutama di kalangan ibu-ibu, baik ibu rumah tangga maupun ibu-ibu pengusaha modern yang sudah mulai belajar menggunakan berbagai produk Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam kegiatan sehari-hari. Kondisi tersebut tidak hanya terjadi di perkotaan, melainkan juga dipedesaan, bahkan didaerah-daerah terpencil. Secara khusus, ibu-ibu sekarang juga relatif cepat dan mahir dalam menggunakan berbagai produk Teknologi Informasi dan Komunikasi.⁵⁸

⁵⁶ Bank & Lembaga Keuangan Syariah. (2016). Indonesia: Kencana Prenada Media.

⁵⁷ Steiner A. George, Kebijakan Strategi Manajemen, terj. Tim Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 1988), hlm.9.

⁵⁸ F Amalia, FN Faizah - Jurnal Abdi Insani, 2022

2.4.2 Indikator keputusan penggunaan

Terdapat beberapa indikator keputusan penggunaan menurut Kotler dan Keller (2009), yaitu sebagai berikut :⁵⁹

1. Kemantapan pada sebuah produk

Ketika membuat keputusan pembelian, konsumen memilih di antara beberapa opsi yang tersedia, dengan pertimbangan kualitas, harga, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli dan menggunakan produk. Konsumen mempertimbangkan apakah mereka benar-benar memerlukan produk tersebut sebelum membuat keputusan pembelian.

2. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan dalam membeli, pelanggan juga mempengaruhi keputusan pembelian. Pelanggan menjadi terikat pada suatu produk karena mereka merasa produk tersebut bermanfaat bagi mereka.

3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Jika seorang pelanggan mendapatkan manfaat yang diharapkan dari suatu produk ketika mengambil keputusan pembelian, mereka akan merekomendasikan produk tersebut kepada pelanggan lain. Pelanggan ingin pelanggan lain merasa bahwa produknya sangat bagus dan lebih baik dibandingkan produk lainnya.⁶⁰

Keterlibatan umat islam dalam dunia bisnis telah diketahui sejak dulu, karena dakwah islam pertama kali masuk ke Indonesia dibawa dengan cara perdagangan, bahkan Rasulullah sendiri adalah seorang pelaku bisnis selama belasan tahun lamanya. Islam memang menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis. Al-Qur'an dan hadis banyak memberikan panduan dan anjuran terkait dengan kegiatan berdagang dan bisnis.

⁵⁹ Kotler Dan Keller. 2009. "Manajemen Pemasaran." Edisi KE 13. Jakarta: Erlangga

⁶⁰ Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128-136.

Salah satu ayat yang menjelaskan tentang anjuran dalam berbisnis yaitu pada surat Al-Jum'ah ayat 10 yaitu :

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ
فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝

Artinya :

*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*⁶¹

2.5 Literasi Keuangan

2.5.1 Pengertian Literasi Keuangan

Tujuan dari literasi keuangan adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap sektor jasa keuangan yang dimulai dari pengetahuan, rasa percaya diri dan keterampilan, sehingga masyarakat memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi di sektor jasa keuangan. Kini, dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, perbankan mulai memperkenalkan perbankan digital untuk lebih meningkatkan layanannya. Kondisi tersebut membawa dampak pada peningkatan transaksi layanan keuangan digital seperti mobile payment (m-payment), mobile banking (m-banking), internet banking, dan electronic money (e-money) yang disediakan oleh perbankan. Digitalisasi perbankan merupakan suatu sistem yang berkaitan dengan teknologi dalam perbankan yang memudahkan nasabah dalam mengakses layanan perbankan. Dengan menerapkan inovasi digital, industri perbankan sendiri dapat meningkatkan kinerja kepuasan nasabah perbankan. Selain itu, digitalisasi operasional perbankan membuka peluang bagi bank untuk memungkinkan masyarakat yang

⁶¹Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsiran Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1978)

tinggal jauh dari cabang bank dapat mengakses layanan yang diberikan.⁶²

Pemahaman tentang keuangan sangat dibutuhkan dalam mendukung aktivitas ekonomi. Semakin banyak orang yang sadar akan manfaat produk serta layanan keuangan, semakin besar pula kemungkinan mereka melakukan transaksi keuangan. Hal ini pada gilirannya akan memberi dorongan pada perkembangan ekonomi secara keseluruhan. Dengan bertambahnya jumlah individu yang memahami produk dan layanan keuangan, akan terjadi peningkatan dalam penggunaannya, yang secara positif akan mempercepat laju ekonomi. Literasi keuangan adalah rangkaian tindakan atau upaya yang diciptakan untuk meningkatkan pemahaman, kemampuan, dan kepercayaan individu dalam mengelola keuangan pribadinya secara lebih efektif. Hal ini bertujuan agar konsumen dan masyarakat secara keseluruhan dapat mengelola finansial mereka dengan lebih baik. Masyarakat menjadi lebih baik dan terdidik untuk membuat keputusan keuangan yang lebih baik guna memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan manfaat yang lebih besar.⁶³

2.5.2 Manfaat Literasi Keuangan

Otoritas jasa keuangan, menjelaskan bahwa literasi keuangan dapat membantu masyarakat mengambil keputusan yang lebih baik mengenai produk serta layanan keuangan yang tepat dengan kebutuhannya. Masyarakat harus memahami risiko dan manfaatnya, memahami hak dan kewajibannya, serta dapat mempercayai produk dan layanannya. Pelayanan lembaga keuangan yang ada dan dipilih diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan sehingga

⁶² Yasin, R. M., Lailiyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75.

⁶³ Cahyaningtyas, S. R., & Ramadhani, R. S. (2020). Edukasi Literasi Keuangan Kepada Masyarakat Desa Mekarsari Narmada. *Jurnal Abdimas Independen*, 1(2), 86-90.

dengan terciptanya literasi keuangan masyarakat yang tinggi maka masyarakat akan semakin memanfaatkan produk layanan dari jasa keuangan.⁶⁴

Pada indeks literasi keuangan dalam, SNLIK pada tahun 2019, terdapat 5 indikator yang diukur untuk menghasilkan tingkat literasi keuangan, yaitu :

1. Pengetahuan
2. Keterampilan
3. Keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan
4. Sikap keuangan untuk menilai upaya peningkatan kualitas pengambilan keputusan pengelolaan keuangan individu.⁶⁵

Literasi keuangan adalah bagaimana mengelola keuangan dan harta secara baik, tentu setelah uang atau harta itu diterima atau dimiliki. Kesimpulannya adalah tentang pengelolaan atau manajemen keuangan.

Allah SWT berfirman :

(QS. Al-Isra'17: 29-30)

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا ۲۹

Artinya :

Jangan biarkan dirimu terbelenggu oleh kerakusan, dan jangan terlalu memperlebar tanganmu (dalam meminta atau memberi) sehingga kamu akan menyesal dan mendapat cela.

⁶⁴ Jannah, A.N. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Unismuh Dalam Mengelola Keuangan Pribadi.

⁶⁵ Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK), Otoritas Jasa Keuangan.

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا ٣٠

Artinya :

Sesungguhnya, Tuhanmu melapangkan rezeki bagi siapa yang Dia kehendaki dan menghadirkannya (rezeki) bagi siapa yang Dia kehendaki. Sesungguhnya, Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat terhadap hamba-hamba-Nya.

Ayat tersebut mengajak kita untuk tidak kikir dalam berinfak demi kebaikan, diilustrasikan dengan gambaran tangan yang terbelenggu dan tidak bisa melepaskan. Selain itu, ayat ini juga menegaskan pentingnya untuk tidak berlebihan dalam pengeluaran agar harta tidak cepat habis.⁶⁶

2.6 Lingkungan Sosial

Lingkungan merujuk pada segala hal yang ada di sekitar alam yang memiliki signifikansi atau dampak tertentu pada individu. Penggunaan lingkungan sebagai landasan pembelajaran mencakup faktor-faktor kondisional yang memengaruhi perilaku individu dan merupakan elemen penting dalam pembelajaran.⁶⁷ Lingkungan sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial itu ada yang kita terima secara langsung dan ada yang tidak langsung. Lingkungan sosial memiliki dampak signifikan terutama pada perkembangan spiritual dan kepribadian seseorang. Kepribadian manusia tidak dapat dipahami hanya sebagai keseluruhan individu saja tanpa mempertimbangkan keterkaitannya dengan lingkungannya secara bersamaan.⁶⁸

⁶⁶ Tafsir Web <https://al-ibar.net/ekonomi-syariah/295>

⁶⁷ Oemar Hamlik, *Proses Belajar Dan Mengajar* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2001), hlm 195.

⁶⁸ Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.

Tindakan seseorang juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, lingkungan keluarga, status sosial, dan peran-peran sosial yang mereka miliki.⁶⁹

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku individu. Ini adalah suatu kelompok di mana seseorang menjadi anggota dan terlibat dalam interaksi dengan anggota lainnya.

b) Keluarga

Bagi sebagian besar konsumen, keluarga merupakan pengaruh utama, bagi keluarga besar. Keluarga sebagai sosialisasi utama yang membantu anggotanya memperoleh pengetahuan dan sikap untuk bertindak. Keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap anggota satu sama lainnya.⁷⁰

c) Faktor pribadi

Faktor pribadi merujuk kepada aspek-aspek yang bersifat individual dan mempengaruhi perilaku, keputusan, dan pengalaman seseorang. Berbagai faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.⁷¹ Perilaku pembelian masyarakat juga dipengaruhi oleh kepribadian konsumen. Faktor ini melibatkan karakteristik unik dan internal yang membedakan setiap individu dari yang lain.⁷²

⁶⁹ Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.

⁷⁰ Boyd, Harper W, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

⁷¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 335-336

⁷² Charles Lamb, W.Et.Al. *Pemasaran*. Edisi Pertama, (Jakarta : Selemba Empat 2001) hlm 221.

Dalam ajaran Islam, umatnya diajarkan untuk menyampaikan informasi kepada orang lain dengan jujur dan terperinci, sesuai dengan perintah yang diungkapkan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab : 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya :

*Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu takwa kepada Allah dan berbicaralah dengan kata-kata yang benar.*⁷³

Mengenai penafsiran ayat ini, Imam Ibnu Katsir mengatakan, “Allah Ta’ala menyuruh hamba-hamba-Nya yang beriman agar bertaqwa kepada-Nya dan menyembah-Nya seolah-olah dia melihat-Nya serta hendaklah mereka mengatakan perkataan yang benar yakni perkataan yang lurus, tidak bengkok, dan tidak menyimpang”.⁷⁴

2.7 Gaya Hidup

2.7.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup ialah gaya kehidupan individu yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam menghabiskan uang dan mengatur waktu mereka. Gaya hidup terbentuk melalui interaksi sosial dan mencakup aktivitas, minat, sikap, pola konsumsi seseorang dalam menjalani hidup. Gaya hidup mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu serta memengaruhi aktivitas dan preferensi konsumsi. Sebagai pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk, Gaya hidup dibagi menjadi beberapa kategori untuk dikelompokkan.⁷⁵

⁷³ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahnya (Bandung: PT. Syamil Cipta Medina, 2005), 472.

⁷⁴ Veithzal Rivai, Islamic Human Capital edisi I (Jakarta: Rajawali Persada, 2009), 826.

⁷⁵ Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. JKBM (jurnal konsep bisnis dan manajemen), 3(1).

Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang mencatat pilihan individu dalam mengalokasikan waktu dan uangnya. Dengan demikian, gaya hidup lebih merupakan gambaran perilaku seseorang, termasuk bagaimana mereka mengelola uang dan waktu mereka. Pengaruh terhadap gaya hidup dapat berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup sikap, pengalaman, observasi, kepribadian, dan persepsi individu. Sedangkan faktor eksternal melibatkan lingkungan sosial, kelompok referensi, dan dari keluarga.

2.7.2 Indikator Gaya Hidup

Indikator gaya hidup menurut Kotler dan Keller (2019) adalah sebagai berikut :

1) Aktifitas

Aktivitas dapat menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari dan berperan dalam pengembangan pribadi, kesehatan fisik dan mental, serta pengalaman sosial. Memilih aktivitas yang sesuai dengan minat dan kebutuhan individu dapat memberikan kepuasan dan manfaat yang positif.

2) Minat

Minat adalah salah satu faktor personal yang memengaruhi keputusan pembelian, di mana konsumen mengalokasikan waktu dan uang mereka untuk hal-hal yang sesuai dengan minat mereka.

3) Pendapat

Pandangan atau pendapat seseorang merupakan sudut pandang individu dalam mendukung gaya hidupnya, yang juga merincikan hal-hal yang dianggap penting atau perlu dilakukan untuk mendukung gaya hidup tersebut.⁷⁶

Berbicara mengenai halal-haram, sesungguhnya halal-haram tidak hanya mencakup makanan dan minuman yang kita konsumsi,

⁷⁶ Badjamal, F. A., Rezal, M., Kamal, K., Latoki, L., Ahmad, A., Said, I. M., & Ningsih, K. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1-11.

akan tetapi lebih dari itu, halal-haram merupakan persoalan kehidupan manusia secara keseluruhan. Sebagaimana firman Allah swt. yang tertulis di dalam Q.S. Al Baqarah 2 : 172 yaitu :

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepadaNya kamu beribadah.”

Kata “makanlah” di sini tidak saja berarti harfiah yaitu kegiatan makan dan minum, melainkan termasuk bagaimana cara memperoleh makanan tersebut. Yusuf Qardhawi (1993) menjelaskan mengenai pokok-pokok ajaran Islam tentang halal dan haram, dan salah satu pokok ajaran itu ialah “apa saja yang membawa kepada haram adalah haram”. Sehingga walaupun makanan itu halal, akan tetapi apabila cara pemerolehannya semisal dengan mencuri, maka ia haram untuk dimakan karena makanan tersebut merupakan hasil curian.⁷⁷

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
1	Susanti, K. T. P. (2020). ⁷⁸	<i>Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap</i>	Menggunakan variabel literasi keuangan.	Tidak terdapat variabel literasi digital, dan variabel kemudahan penggunaan	Literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

⁷⁷ Tafsir Web <https://islamic-economics.uii.ac.id/>

⁷⁸ Susanti, K. T. P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. Sumber, 6(420.412), 942.

		<i>Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI.</i>		dan lokasi penelitian yang digunakan adalah dari beberapa bank yakni Bca, Bni, dan Bri, sedangkan pada lokasi saya menggunakan lokasi penelitian pengusaha muslimah yang ada di Kota Semarang.	Begitu juga dengan literasi digital secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Sedangkan kemudahan penggunaan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan mobile banking.
2	Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). ⁷⁹	<i>Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile.</i>	Menggunakan variabel literasi keuangan.	Tidak terdapat variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan ketersediaan fitur terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile sedangkan penelitian saya menggunakan	Hasil menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile, Hasil regresi menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap

⁷⁹ Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Penggunaan BSI Mobile. *Islamic Economics and finance in Focus*, 1(2).

				mobile banking syariah secara umum.	preferensi penggunaan BSI Mobile, hasil regresi menunjukkan bahwa ketersediaan fitur berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile, hasil membuktikan hipotesis literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile.
3	Tun, P. M. (2020). ⁸⁰	<i>Factors Influencing Intention to Reuse Mobile Banking Services for the Private Banking Sector in Myanmar Phyto Min Tun pada tahun 2020.</i>	Menggunakan variabel faktor pengaruh sosial.	Tidak terdapat variabel word of mouth, trust, system quality, user satisfaction, perceived efficacy, assesses, dan using Mobile Banking. Penelitian terdahulu lokasinya di	Social Influence (X1), Word-Of-Mouth (X2), Trust (X3), System Quality (X4), User Satisfaction (X5), Perceived Efficacy (X6), dan Evaluasi (X7) adalah variabel yang menentukan penggunaan layanan Mobile

⁸⁰Tun, P. M. (2020). Factors influencing intention to reuse mobile banking services for the private banking sector in Myanmar. ASEAN Journal of Management & Innovation, 7(1), 63-78.

				<p>negara myanmar sedangkan pada penelitian saya lokasinya di indonesia. Jadi terdapat perbedaan negara.</p>	<p>Banking (Y). Penelitian menunjukkan bahwa X1, X4, X6, dan X7 memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan mobile banking, sementara variabel Word-of-Mouth (WOM), Trust, dan Kepuasan Sistem tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan mobile banking.</p>
--	--	--	--	--	---

4	Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). ⁸¹	<i>Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and U.S. participant.</i>	Menggunakan variabel sosial influence atau pengaruh sosial.	Tidak terdapat variabel perceived usefulness, perceived ease of use, trust, social influence, gen, age terhadap penggunaan mobile banking.	Per-ceived usefulness (X1) Perceived ease of use (X2) Trust (X3) Social influence (X4) Gen (X5) Age (X6). Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel X1 hingga X6 berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking.
5	Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022). ⁸²	<i>Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking yang Dimediasi oleh Sikap Penggunaan.</i>	Menggunakan variabel gaya hidup.	Tidak terdapat variabel persepsi kemudahan sedangkan saya menggunakan variabel literasi keuangan dan pengaruh sosial. Target penelitian pada penelitian terdahulu	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan, perceived ease of use berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan, gaya hidup berpengaruh positif terhadap

⁸¹ Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and US participants. *International Journal of Information Management*, 44, 132-140.

⁸² Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 301-314.

				adalah mahasiswa sedangkan penelitian saya menggunakan pengusaha muslimah yang ada di Kota Semarang.	keputusan penggunaan Mobile Banking, perceived ease of use tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Mobile Banking, dan sikap pengguna berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Mobile Banking.
6	Hardiyanti, H. (2022). ⁸³	<i>Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus.</i>	Menggunakan variabel gaya hidup.	Perbedaanya penelitian saya lokasi penelitian saya ada di Kota Semarang sedangkan penelitian terdahulu di Kota Kudus.	Analisis menunjukkan bahwa pola gaya hidup antara nasabah yang menggunakan dan yang tidak menggunakan aplikasi Mobile Banking hampir identik. Dari sini disimpulkan bahwa tidak ada dampak yang signifikan dari pola gaya hidup nasabah terhadap penggunaan aplikasi Mobile Banking di

⁸³ Hardiyanti, H. (2022). Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 335-340.

					Kudus.
7	Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. (2023). ⁸⁴	<i>Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan.</i>	Menggunakan variabel literasi keuangan.	Perbedaanya adalah pada lokasi penelitian yakni pada penelitian sebelumnya pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan sedangkan penelitian ini pada pengusaha muslimah Alisa Khadiyah yang ada di Kota Semarang. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan SmartPLS Versi 3.0 sedangkan penelitian ini menggunakan SPSS versi 23.	Secara individual, variabel literasi keuangan dan literasi digital memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, sementara variabel risiko tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

⁸⁴ Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA MAJELIS TAKLIM NURUL IMAN BEKASI SELATAN. *EKONOMIKA*, 12(1), 374-383.

8	Rahman, G. A. (2021). ⁸⁵	<i>Pengaruh Variabel TAM, Persepsi Risiko, Pengaruh Sosial Terhadap Kepuasan Dan Penggunaan Kembali Secara Terus-Menerus Aplikasi Mobile Banking Bank Kalsel. (Studi Pada Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin).</i>	Menggunakan variabel pengaruh sosial.	Tidak menggunakan variabel TAM dan persepsi resiko, dan terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.	Persepsi risiko, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, dan kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan kembali secara berkelanjutan.
9	Siti Asgina Fauziah, Siti Ashfiasari (2021). ⁸⁶	<i>Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet.</i>	Menggunakan variabel pengaruh sosial.	Tidak menggunakan variabel efikasi diri.	Terdapat pengaruh signifikan terhadap pengaruh sosial dan self-efficacy pada niat untuk menggunakan pembayaran mobile baik secara bersamaan

⁸⁵ Rahman, G. A. (2021). Pengaruh Variabel Tam, Persepsi Resiko, Pengaruh Sosial Terhadap Kepuasan Dan Penggunaan Kembali Secara Terus Menerus Aplikasi Mobile Banking Bank Kalsel (Studi Pada Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin). *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)*, 7(4), 508-520.

⁸⁶ Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 1(4), 307-317.

					maupun sebagian.
10	Yuhelmi, Mery Trianita, Ice Kamela, Zeshasina Rosha (2022). ⁸⁷	<i>Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking.</i>	Menggunakan variabel literasi keuangan.	Pada penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel saja sedangkan pada penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel.	Hasil penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat dosen dalam menggunakan Mobil Banking. Implikasinya Perbankan harus mengedukasi nasabah untuk meningkatkan pengetahuannya dalam meningkatkan penggunaan Mobil Banking.

2.9 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penggunaan layanan perbankan syariah berbasis mobile di masyarakat, antara lain literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup. Literasi keuangan merupakan salah satu bentuk investasi jangka panjang yang dapat membantu mengelola dan menjaga keadaan keuangan agar tetap stabil atau stabil. Dalam kehidupan sehari-hari kita harus mengambil keputusan yang tepat, namun hal ini semakin dipersulit karena tidak lepas dari aspek ekonomi. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik akan membantu memilih strategi dan keputusan keuangan yang tepat. Memiliki pengetahuan keuangan yang baik memungkinkan akan dapat bertanggung jawab atas setiap

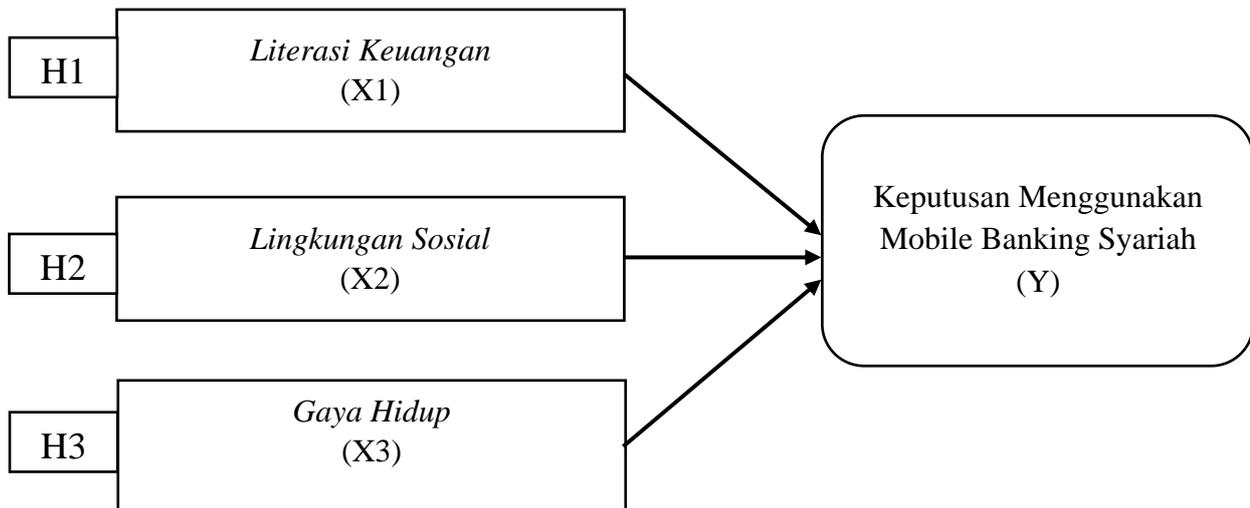
⁸⁷ Yuhelmi, Y., Trianita, M., Kamela, I., & Rosha, Z. (2022). Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 20-25.

keputusan yang diambil karena telah memahami faktor-faktor yang mendukung keputusan tersebut.⁸⁸

Beberapa studi sebelumnya telah menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi adopsi mobile banking syariah, dan hasilnya menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan perbankan, termasuk mobile banking, dipengaruhi oleh literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, tujuan dari studi ini adalah untuk menyelidiki pengaruh literasi keuangan syariah, lingkungan sosial, dan gaya hidup terhadap penggunaan mobile banking di Bank Syariah. Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

⁸⁸ <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> diakses pada 10 Juni 2023

Gambar 2. 1
Skema Kerangka Berpikir



Dengan mengacu pada kerangka tersebut, diduga bahwa variabel literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup akan memengaruhi keputusan penggunaan Mobile Banking Syariah.

2.10 Pengembangan Hipotesis

2.10.1 Pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan mobile banking syariah

Dalam konteks aktivitas ekonomi, literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan tingkat pengambilan keputusan terkait penggunaan produk. Tujuan dari literasi keuangan adalah meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama mereka yang sebelumnya memiliki pemahaman yang terbatas, agar menjadi lebih mampu dalam mengelola dan merencanakan keuangan dengan baik serta mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan perbankan dengan tepat.⁸⁹

Apabila dihubungkan dengan teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991, penelitian ini berfokus pada dampak literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan mobile banking secara syariah melalui prinsip-prinsip yang dituangkan dalam teori tersebut, yaitu pentingnya sikap dalam kaitannya dengan perjalanan individu. Sikap terhadap perilaku digunakan untuk menjelaskan bagaimana literasi keuangan seseorang mempengaruhi keputusannya dalam menggunakan mobile banking syariah. Individu dengan pengetahuan finansial yang lebih baik cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap kemajuan layanan mobile banking. Karenanya, keyakinan dalam perilaku akan mendorong individu untuk melakukan tindakan tertentu.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022) tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur Dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile. Oleh

⁸⁹ (Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

karena itu, berdasarkan masalah yang teridentifikasi, peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H_{a1}: Terdapat pengaruh *literasi keuangan* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah.

2.10.2 Pengaruh lingkungan sosial terhadap penggunaan mobile banking syariah

Pengaruh sosial merujuk pada sekelompok individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi perilaku seseorang melalui contoh dan norma-norma yang mereka tunjukkan. Pengaruh sosial ini mencakup kelompok referensi, keluarga, dan status sosial. Kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung memengaruhi sikap dan tindakan seseorang ketika membuat keputusan atau menggunakan suatu hal, termasuk dalam konteks penggunaan produk bank syariah.

Menurut Ajzen, Teori perilaku perencanaan terdapat hubungan mengenai dampak sosial terhadap keputusan penggunaan layanan mobile banking syariah melalui norma subjektif. Norma subjektif yang didasarkan pada norma sosial yang ingin diikuti atau tidak diikuti dapat bersumber dari sumber seperti teman, keluarga, rekan kerja, hobi, dan pendapat. Norma subjektif adalah faktor yang dapat menjelaskan bagaimana pengaruh sosial mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan mobile banking syariah

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh Phyoo Min Tun pada tahun 2020 tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Kembali Layanan Mobile Banking untuk Sektor Perbankan Swasta di Myanmar, hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak terhadap penggunaan layanan mobile banking. Oleh karena itu, berdasarkan masalah yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H_{a2}: Terdapat pengaruh *lingkungan sosial* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah.

2.10.3 Pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan mobile banking syariah

Gaya hidup individu mengacu pada cara mereka menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk kebiasaan, aktivitas, preferensi, dan nilai-nilai yang mereka pilih dan lakukan secara konsisten. Gambaran gaya hidup seseorang bisa sangat bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti budaya, lingkungan, nilai-nilai personal, dan situasi kehidupan mereka.

Teori hubungan tentang perilaku perencanaan yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) merupakan tentang bagaimana pilihan gaya hidup mempengaruhi keputusan penggunaan mobile banking di perbankan syariah. Teori ini terkait dengan kontrol perilaku yang dirasakan, atau persepsi kontrol perilaku. Persepsi pengendalian perilaku bisa menjelaskan kemampuan seseorang untuk mengatur diri mereka sendiri. Ini merujuk pada kontrol yang dirasakan terhadap perilaku, yang tercermin dalam gaya hidup seseorang. Jika gaya hidup seseorang mengikuti perkembangan zaman, modern, dan dapat mengikuti tren yang ada, maka ini dapat mempengaruhi kemauan mereka untuk melakukan aktivitas lain, seperti menggunakan mobile banking syariah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022) dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking yang Dimediasi oleh Sikap Penggunaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh gaya hidup mereka, yang dipicu oleh beberapa faktor. Mahasiswa memilih untuk menggunakan mobile banking karena tuntutan akan gaya hidup yang semakin digital, yang mengharuskan mereka

untuk menggunakan layanan mobile banking sesuai dengan kebutuhan mereka. Semakin meningkatnya kebutuhan mahasiswa akan gaya hidup digital, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan mobile banking.⁹⁰ Oleh karena itu, berdasarkan masalah yang telah diuraikan, peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H_{a3}: Terdapat pengaruh *gaya hidup* terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah.

⁹⁰Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 301-314.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang digunakan untuk menganalisis dan menginterpretasikan data berbasis angka untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis. Pendekatan ini biasanya digunakan untuk mengukur variabel tertentu dan mengidentifikasi hubungan antara variabel. Membahas tentang analisis pengaruh literasi keuangan, lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap penggunaan m-banking pada bank syariah Pada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dari anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang.⁹¹

3.2 Sumber Penelitian

3.2.1 Sumber data primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, sumber data primer terdiri dari hasil wawancara dengan beberapa anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI di Kota Semarang serta dari kuesioner yang disebar kepada anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI di Kota Semarang.

⁹¹ Sugiyono. Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D . Bandung : Alfabeta. 2014,

3.2.2 Sumber data sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai pendukung dari sumber primer. Ini bisa berupa dokumen-dokumen yang tersusun, seperti artikel, jurnal, dan literatur yang relevan dengan penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian mengacu pada keseluruhan kelompok individu atau obyek yang menjadi subyek dari penelitian.⁹² Populasi juga tidak hanya mengacu pada jumlah seluruh obyek atau yang diteliti melainkan mencakup seluruh karakteristik obyek atau subyek yang dipelajari. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI yang ada di Kota Semarang yang berjumlah 202 anggota.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sekelompok individu atau karakteristik yang mewakili suatu populasi tertentu, dan sampel tersebut diharapkan dapat merepresentasikan populasi secara keseluruhan. Ketika peneliti menghadapi keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian dengan populasi yang besar, menggunakan data sampel dari populasi tersebut menjadi solusi. Namun, penting untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat secara akurat merefleksikan populasi yang dimaksud.⁹³ Non probability sampling yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample.⁹⁴ Dalam penelitian ini, digunakan metode sampling berupa teknik *pusposive. sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan

⁹² Sugiono. Statistik untuk Penelitian, (Bandung : Alfa Beta, 2009)., h. 61

⁹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.

⁹⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, 2019, Bandung : Alfabeta h. 129.

menggunakan pertimbangan tertentu. Dengan kriteria Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang dan yang menggunakan mobile banking syariah.

Untuk memperoleh sampel yang bisa mewakili jumlah populasi, penulis memanfaatkan rumus Slovin, yaitu $n = \frac{N}{1+Ne^2}$. Dengan mengetahui jumlah populasi sebesar 202 dan mengasumsikan tingkat kepercayaan sebesar 90% dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, peneliti dapat menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan. Rumus slovin adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti. Besaran sampel penelitian dengan rumus Slovin ditentukan lewat nilai tingkat kesalahan. Dimana semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil.

Rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah total populasi
- e = Tingkat kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{202}{1 + 202 (0,1)^2} \\ &= \frac{202}{1 + 202 (0,01)} \\ &= \frac{202}{1 + 2,02} \\ &= \frac{202}{3,02} \\ &= 66,88 \text{ (dibulatkan peneliti menjadi 70)} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Rumus Slovin, didapati bahwa jumlah sampel untuk penelitian ini adalah sekitar 70 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner (angket). Responden diminta untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang disediakan oleh peneliti dalam sebuah formulir kuesioner, yang bertujuan sebagai sarana untuk mengumpulkan informasi.⁹⁵

2. Wawancara

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data ketika peneliti perlu mengidentifikasi masalah yang kompleks dengan jumlah responden yang terbatas atau sedikit.⁹⁶ Wawancara merupakan metode pengumpulan informasi dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden. Dalam penelitian ini, informasi terkait topik penelitian juga diperoleh melalui wawancara dengan beberapa anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber informasi yang penting untuk keperluan penelitian. Dalam penelitian ini, penggunaan foto dijadikan sebagai dokumentasi untuk menghimpun informasi dari responden.⁹⁷

⁹⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 137

⁹⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2010),h.95.

⁹⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Andi Offset, 2010, h. 4.

4. Kepustakaan

Kepustakaan merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dan mengacu pada berbagai teori dari berbagai sumber seperti *literatur*, seperti *buku*, *jurnal*, *internet*, dan *lain-lain*. Penggunaan kepustakaan ini bermanfaat sebagai pedoman dalam menguji hipotesis yang telah dikemukakan oleh para ahli.⁹⁸

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Sumber
1.	Keputusan Penggunaan (Y).	Keputusan penggunaan ialah proses dalam memilih sesuai dengan kepentingan tertentu untuk menetapkan suatu pilihan yang dianggap menguntungkan.	1. Kemantapan pada sebuah produk. 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.	Likert	Kotler dan Keller. 2009. "Manajemen Pemasaran." Edisi KE 13. Jakarta: Erlangga.
2.	Literasi Keuangan (X1).	Literasi keuangan adalah tingkat pengetahuan atau keterampilan seseorang dalam mengambil keputusan terkait dengan	1. Pengetahuan. 2. Keterampilan. 3. Keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan. 4. Sikap keuangan untuk menilai	Likert	Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK), Otoritas Jasa Keuangan.

⁹⁸ Ibid.

		pengelolaan keuangan mereka dalam kehidupan sehari-hari.	upaya peningkatan kualitas pengambilan keputusan.		
3.	Lingkungan Sosial (X2).	Lingkungan sosial adalah orang-orang di sekeliling kita yang dapat mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelompok referensi. 2. Keluarga. 3. Faktor pribadi. 	Likert	Andespa, R. (2017).
4.	Gaya Hidup (X3).	Gaya hidup adalah gambaran pilihan seseorang dalam menggunakan waktu dan uangnya. Dan bagaimana seseorang dalam menjalani hidupnya dalam kegiatan, hobi dan pemikirannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktifitas. 2. Minat. 3. Pendapat. 	Likert	Kotler dan Keller (2019).

3.6 Indikator Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk menilai suatu variabel, digunakan indikator penelitian. Terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen meliputi literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup. Sementara itu, variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan penggunaan Mobile Banking Syariah oleh anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI di Kota Semarang. Instrumen yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang berisi kumpulan pertanyaan yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan dalam jurnal. Pengukuran variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan (skala Likert), di mana setiap pertanyaan memiliki skor dengan rentang nilai 1 hingga 5, yang masing-masing menunjukkan tingkat persetujuan, dimulai dari "*sangat tidak setuju*" hingga "*sangat setuju*".

Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert

Keterangan Pilihan	Skor
1.Sangat Setuju	5
2.Setuju	4
3.Kurang Setuju	3
4.Tidak Setuju	2
5.Sangat tidak Setuju	1

Tabel 3. 3 Item Pernyataan

Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Literasi Keuangan (X1)	Saya mengetahui fungsi dan kegunaan dari aplikasi mobile banking di bank syariah					
	Saya mampu menggunakan aplikasi mobile banking di bank syariah					
	Mobile banking dapat dipercaya dan mempunyai tingkat keamanan					
	Saya merasa nyaman menggunakan fitur pembayaran tagihan melalui aplikasi mobile banking syariah					
	Saya memahami fitur-fitur syariah yang terdapat dalam aplikasi mobile banking syariah					
	Saya sering menggunakan fitur transfer dana antar rekening melalui aplikasi mobile banking syariah					
	Saya yakin bank syariah memiliki kepedulian terhadap kepentingan dan kebutuhan saya					
	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik					
Variabel	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Lingkungan Sosial (X2)	Saya menggunakan mobile banking syariah karena anjuran dari kelompok/organisasi					
	Saya menggunakan mobile banking syariah karena banyak keluarga yang menggunakan					
	Lingkungan sosial dan budaya saya banyak yang menggunakan mobile banking syariah.					
	Saya menggunakan mobile banking syariah karena anjuran dari keluarga					
	Teman dan keluarga saya menganggap penggunaan mobile banking syariah itu penting					
	Keluarga saya banyak yang menggunakan mobile banking syariah					
	Saya percaya bahwa data pribadi dapat terlindungi dengan baik saat menggunakan mobile banking syariah					

	Saya merasa nyaman dengan penggunaan aplikasi mobile banking syariah					
Variabel	Pernyataan	Tanggapan Respoden				
		SS	S	KS	TS	STS
Gaya Hidup (X3)	Saya sering menggunakan mobile banking bank syariah sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup saya					
	Saya merasa bahwa mobile banking syariah telah memudahkan aktivitas sehari-hari					
	Saya merasa mobile syariah banking aman untuk aktifitas sehari-hari					
	Saya tertarik menggunakan mobile banking syariah karena dapat melakukan segala aktifitas pembayaran dengan mudah					
Variabel	Pernyataan	Tanggapan Respoden				
		SS	S	KS	TS	STS
Keputusan Penggunaan (Y)	Saya sering menggunakan aplikasi mobile banking syariah.					
	Saya merasa puas saat menggunakan layanan mobile banking syariah dalam bertransaksi.					
	Saya merasa produk mobile banking syariah memberikan layanan pelanggan yang baik.					
	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk / jasa					
	Setelah melihat nasabah lain banyak menggunakan jasa mobile banking saya tertarik untuk menggunakan jasanya.					

Sumber: Data diolah, 2024

3.7 Variabel Penelitian

Ciri-ciri yang diamati pada unit observasi dapat dianggap sebagai variabel. Dalam konteks penelitian, variabel mengacu pada atribut yang berbeda antara satu objek dengan objek lainnya dalam kelompok yang sedang diselidiki. Dengan demikian, variabel penelitian dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori sebagai berikut :⁹⁹

a. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan variabel dependen (terikat). Oleh karena itu, dalam penelitian ini, variabel bebas (independent variable) terdiri dari literasi keuangan (X1), lingkungan sosial (X2), dan gaya hidup (X3).

b. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil dari variabel bebas sesuai dengan fokus penelitian. Dalam hal ini, variabel terikat (dependent variable) adalah penggunaan layanan mobile banking Bank Syariah oleh anggota Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang, yang disimbolkan dengan (Y).

3.8 Pengukuran Teknik Analisis data

Dalam menganalisis data yang melibatkan penghitungan dan interpretasi data dalam bentuk angka, penelitian dapat mengadopsi metode analisis kuantitatif. Pendekatan ini mengandalkan statistik dengan bantuan aplikasi pengolahan data seperti SPSS 23 untuk menghasilkan data yang sesuai dengan metode yang dipilih. Untuk menguji instrumen, validitas dan reliabilitas diuji. Dalam konteks pengujian hipotesis, teknik yang digunakan mencakup uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji statistik F), dan uji

⁹⁹ Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Denny S.Oetomo, Teknik Sampling, (Cet.2 ; Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 13

koefisien tunggal (uji statistik t). Dengan menerapkan metode ini, peneliti dapat menyelidiki hubungan antar variabel secara rinci dan obyektif.¹⁰⁰

3.8.1 Uji Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan untuk secara sistematis menganalisis data yang dipelajari. Oleh karena itu, analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup :

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi kesesuaian antara pengamatan peneliti dengan realitas dan fakta yang sebenarnya.¹⁰¹ Pengujian ini juga bertujuan untuk menentukan validitas item-item kuesioner yang telah disebarkan. Jika semua item terbukti valid, maka semuanya dapat dianggap layak untuk digunakan.¹⁰² Sebuah instrumen dianggap valid ketika nilai signifikansi 0,05, dan nilai r hitung > r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk menilai sejauh mana konsistensi hasil pengukuran ketika fenomena yang sama diukur dengan alat yang sama beberapa kali. Suatu pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dianggap memiliki reliabilitas jika responden secara konsisten memilih jawaban yang sama dari waktu ke waktu.¹⁰³ Variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,60. Landasan dalam pengujian reliabilitas adalah :

¹⁰⁰ Pradini and Susanti, “Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri.”

¹⁰¹ Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian , Bandung: Alfabeta, 2009. hal.117

¹⁰² Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Ke-9th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

¹⁰³ Ibid

1. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, dapat diinterpretasikan bahwa kuisioner tersebut telah menunjukkan konsistensi atau reliabilitas.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60, dapat diartikan bahwa kuisioner tersebut tidak menunjukkan konsistensi atau reliabilitas.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Penguji menggunakan uji normalitas data untuk menentukan apakah data yang akan dianalisis bersifat normal atau tidak.¹⁰⁴ Pengujian normalitas dalam penelitian berguna untuk mengevaluasi apakah suatu variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Sebuah model yang baik seharusnya tidak mengalami korelasi di antara variabel bebasnya. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas.¹⁰⁵ Menurut Ghozali, terdapat beberapa metode untuk mendeteksi multikolinieritas dalam model regresi, yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai Variabel Inflation Factor (VIF) ≤ 10 , maka model regresi dianggap tidak mengalami multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinieritas.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Suharisimi Arikunto, Manajemen Penelitian, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).hal.301

¹⁰⁵ Pradini and Susanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri."

¹⁰⁶ Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta : Rajawali Pers. 2009, h. 177

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diidentifikasi dengan pola khusus pada scatterplot. Jika titik pada grafik membentuk pola teratur atau bergelombang, maka mungkin terjadi heteroskedastisitas. Namun jika polanya tidak jelas dan titik-titiknya tersebar merata di sekitar nol pada sumbu Y, maka hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰⁷

3.8.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah respons awal terhadap perumusan masalah penelitian, yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan. Terdapat dua tipe hipotesis, yakni :

- Hipotesis nol (H_0)

adalah sebuah pernyataan yang akan ditolak jika bukti yang didapat dari sampel tidak cukup kuat untuk menunjukkan bahwa pernyataan tersebut tidak benar.

- Hipotesis alternatif (H_a)

adalah pernyataan yang diterima jika data dari suatu populasi atau sampel memberikan bukti bahwa hipotesis nol tidak benar.

¹⁰⁷Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis, Jakarta: Rajawali, 2013, .hal.11

a. Uji t (Parsial)

Metode ini secara terpisah mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut cara mengetahuinya :

1. Membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel

Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, yang menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Membandingkan nilai signifikan probabilitas 0,05

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, itu menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi $> 0,05$, itu menunjukkan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengevaluasi dampak secara kolektif dari variabel literasi keuangan, pengaruh sosial, dan gaya hidup terhadap variabel keputusan penggunaan mobile banking syariah. Prosedur dalam uji F ini melibatkan perbandingan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel, dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Kriteria penentuan adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah pengukuran kuadrat dari koefisien korelasi, yang menggambarkan seberapa baik variabel-variabel yang digunakan menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 adalah 0, itu menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Semakin mendekati nilai 1, semakin besar pengaruh yang dijelaskan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati 0, itu menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Pengujian nilai R^2 biasanya dilakukan melalui hasil uji F dalam analisis regresi linear, yang akan memberikan hasil positif.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merujuk pada hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dan variabel dependen (Y). Pendekatan ini bertujuan untuk menilai apakah terdapat korelasi positif antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam kerangka penelitian ini, model persamaan regresi berganda memiliki struktur berikut :

Rumus :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y : Penggunaan Mobile Banking Syariah

a : Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefesien Regresi

X_1 : Literasi Keuangan

X_2 : Pengaruh Sosial

X_3 : Gaya Hidup

e : Standar error

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Pada tanggal 6 Juni 1997, Bacharuddin Jusuf Habibie mengresmikan Asosiasi Muslimah Pengusaha se-Indonesia (Alisa) Khadijah sebagai Badan Otonom ICMI. Pembentukan asosiasi ini dipelopori oleh Ibu Almarhumah Hasri Ainun Habibie pada tanggal 11 Maret 1997 di Jakarta. Alisa Khadijah memanfaatkan jaringan organisasi wilayah dan organisasi pusat untuk mengirimkan pengusaha-pengusaha dari berbagai daerah ke Jakarta guna mengikuti pelatihan P3T. Harapannya, para alumni pelatihan P3T akan menciptakan lapangan kerja bagi pengangguran di wilayah mereka masing-masing. Asosiasi Muslimah Pengusaha se-Indonesia (Alisa) Khadijah berfungsi sebagai platform bagi para pengusaha Muslimah di seluruh Indonesia untuk berkolaborasi dan saling mendukung dalam jaringan (networking) guna memajukan pemberdayaan ekonomi umat.

Profil Organisasi

Wadah berhimpunnya Muslimah Pengusaha Se-Indonesia untuk saling bersinergi dan berfastabiqul khoirot (berlomba-lomba dalam kebaikan) dalam satu jaringan (networking) dalam rangka pemberdayaan ekonomi umat. Dipelopori oleh Ibu Hasri Ainun Habibie pada tanggal 11 Maret 1997 di Jakarta.

Tujuan ALISA Khadijah ICMI

1. Menumbuhkan, mengembangkan dan membina etos kerja serta etika bisnis yang islami di kalangan Muslimah Pengusaha Indonesia.
2. Menumbuhkan, meningkatkan dan mengembangkan potensi usaha yang profesional halal dan thoyyibah dikalangan Pengusaha Indonesia.
3. Membangun, meningkatkan dan mengembangkan potensi usaha bagi muslimah pengusaha baik kuantitas & kualitas.
4. Menunjang program-program ALISA “Khadijah” ICMI baik dari segi moril, materil maupun spiritual.
5. Mendukung kegiatan yang bersifat sosial, ekonomi dan pendidikan untuk memajukan dan mensejahterakan umat.

Kegiatan ALISA Khadijah ICMI

1. Menggali dan mengembangkan etos kerja dan menegakkan etika bisnis yang Islami dikalangan anggota khususnya dan Muslimah Indonesia pada umumnya.
2. Mengembangkan jaringan usaha antara muslimah pengusaha dengan pengusaha lain baik dalam maupun luar negeri.
3. Menggalang kerja sama antar muslimah pengusaha Indonesia untuk terbentuknya suatu sinergi dalam era perdagangan bebas dan globalisasi.
4. Meningkatkan dan mengembangkan sikap profesionalisme yang Islami dalam menghadapi tantangan dunia usaha.
5. Mengadakan konsultasi dan klinik bisnis dalam berbagai bidang. Membangun Pusat Informasi Bisnis dan Bank Data Usaha.
6. Mengembangkan kelembagaan ekonomi dan keuangan Islam antara lain pengerahan dana, pengelolaan modal, mendirikan Bank Muslimah, Koperasi dan lembaga keuangan lainnya yang halal dan thoyyib.
7. Membangun badan-badan usaha lainnya, baik dalam bentuk usaha bisnis maupun sosial.

8. Mengadakan Pengajian Rutin dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan komitmen keimanan dan mutu sumber daya manusia dalam hubungan dengan Allah SWT, sesama manusia dan alam lingkungannya.

Manfaat Menjadi Anggota

1. Masuk kedalam jaringan usaha nasional & internasional.
2. Fasilitas pembinaan, pelatihan, pendampingan, magang & konsultasi.
3. Mendapatkan informasi kesempatan berusaha didalam & luar negeri.
4. Memperluas pasar melalui bazaar, pameran, kontak bisnis & kunjungan dagang.
5. Berpeluang mengembangkan usaha dagang dengan modal patungan baik bersumber didalam/luar negeri.

Susunan Pengurus Alisa Khadijah ICMI Jawa Tengah Periode 2020-2025

Ketua Umum	: Zhakiah Joban, SE
Ketua I	: Karsinah, SE, MM
Ketua II	: Umi Azhar Combo
Sekretaris Umum	: Elok Royya Algadri, S.Pd
Sekretaris I	: Sulestinah, Amd
Sekretaris II	: Khadziqoh Eko Putri, ST, MM
Bendahara Umum	: Sri Indrawati
Bendahara I	: Dian Latifiani, SH, MH
Bendahara II	: Anandita Laxmi Wijaya, S.Sos

BIDANG-BIDANG

1. Bidang Organisasi Kelembagaan

- Ketua : Fenolica Frederica Fransisca Pattiwary
- Anggota : 1. Evi Novita Tri Setyorini, SH., M.Kn
2. Nugraheni Indahsari
3. Secha Rania, S.Psi
4. Suibatul Aslamiyah, SPd.I
5. Aprila Niravita,SH., M.Kn

2. Bidang Pendidikan & Pelatihan

- Ketua : Henny Yuliasuti Siswoko, SE, M.Si
- Anggota : 1. Made Dwi Adnjani, S.Sos, M.Si, M.I.Kom
2. Dewi Widayani
3. Hesti Kartika Dewi, S.Hut
4. Dr. Lilia Dewiyanti, SpA., Msi.Med
5. Umi Baroroh
6. dr. Pujiati Abas

3. Bidang Usaha Mikro Dan Usaha Kecil

- Ketua : Shoimatul Fitria, SE, MM
- Anggota : 1. Listyarini Meitasari
2. Evi Novarina, SE
3. Herta Rini
4. Rina Rosiana

4. Bidang Usaha Menengah Dan Besar

- Ketua : Ina Priyono
- Anggota : 1. Afiatus Salamah
2. Istianah
3. Prieta Annisha Daniyanti, S.SI, MM
4. Arum Wijayanti
5. Gatyat Sari Chotidjah

5. Bidang Lingkungan Hidup

- Ketua : Dr. Lili Marliyah, MP
- Anggota : 1. Nur Azizah
2. Nenih Hanifah
3. Atikah Rizky Kusumaningtyas

6. Bidang Sosial Kerohanian

- Ketua : Rita Rhoy Kana, Ss
- Anggota : 1. Nur Masfirotul Aini
2. Titisari Dian Pertiwi, S.Pi., M.Pi., M.Sc
3. Sri Hartatik

7. Bidang Hubungan Kemasyarakatan

- Ketua : Hariyani, M.I.Kom
- Anggota : 1. Oriza Shavira Arifina
2. Hasinah Hikmawati, SIP
3. Fitri Maryuani

4.2 Analisis Deskripsi Responden

Deskripsi ini memberikan gambaran umum tentang responden dan menangkap karakteristik individu yang digunakan dalam analisis survei. Analisis yang dipertimbangkan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Sebanyak 70 responden dijadikan sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form dan juga dengan metode pembagian kuesioner secara langsung kepada Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang. Proses pengumpulan data dilakukan mulai awal Januari 2024 hingga akhir Februari 2024. Setelah data terkumpul, peneliti mengolahnya menggunakan aplikasi SPSS 23 :

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, responden dibagi menjadi dua kategori yakni laki-laki dan perempuan. Jumlah responden pada masing-masing kategori ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	6	8,6	8,6	8,6
	Perempuan	64	91,4	91,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dari tabel tersebut, diketahui bahwa dari total 70 responden, 64 orang atau setara dengan 91,4% merupakan perempuan yang menggunakan layanan mobile banking syariah, sementara 6 orang atau 8,6% merupakan laki-laki yang menggunakan layanan tersebut.

b. Usia

Berdasarkan pengelompokan usia, karakteristik responden Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25-30	8	11,4	11,4	11,4
	31-35	8	11,4	11,4	22,9
	36-40	7	10,0	10,0	32,9
	41-45	20	28,6	28,6	61,4
	46-50	12	17,1	17,1	78,6
	51-55	7	10,0	10,0	88,6
	56-60	6	8,6	8,6	97,1
	61-65	2	2,9	2,9	100,0

Total	70	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dalam tabel tersebut, ditemukan bahwa mayoritas responden memiliki rentang usia 41-45 tahun, dengan proporsi sebesar 28,6%. Diikuti oleh rentang usia 46-50 tahun yang mencapai 17,1%. Rentang usia 25-30 tahun dan 31-35 tahun masing-masing 11,4% dari total responden. Sementara itu, untuk rentang usia 36-40 tahun dan 51-55 tahun, keduanya memiliki proporsi sebesar 10,0%. Rentang usia 56-60 tahun memiliki proporsi sebesar 8,6%, sedangkan rentang usia 61-65 tahun memiliki proporsi terendah, yaitu 2,9%.

c. Pekerjaan

Berikutnya, berdasarkan karakteristik responden yang merupakan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang dikelompokkan berdasarkan pekerjaan. Berikut adalah hasilnya :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai swasta	15	21,4	21,4	21,4
	PNS	5	7,1	7,1	28,6
	Pengusaha	24	34,3	34,3	62,9
	Ibu rumah tangga	14	20,0	20,0	82,9
	Lainnya	12	17,1	17,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dari tabel di atas, terlihat bahwa mayoritas pengguna layanan mobile banking syariah berasal dari kalangan pengusaha, yang mencapai 24 orang atau sekitar 34,3%. Disusul oleh pegawai swasta dengan persentase 21,4%, kemudian ibu rumah tangga dengan jumlah 14 orang

atau sekitar 20,0%, diikuti oleh PNS dengan jumlah 5 orang atau sekitar 7,1%, dan kelompok lainnya sebesar 17,1%.

4.3 Teknis Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk menilai seberapa akurat suatu tes dalam mengukur apa yang seharusnya diukurnya. Dalam pengujian validitas, perbandingan dilakukan antara nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Pengujian dianggap valid jika :

1. Jika nilai korelasi yang dihitung (r hitung) lebih besar daripada nilai korelasi yang tercantum dalam tabel (r tabel) pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa item yang termasuk dalam kuesioner dianggap valid.
2. Jika nilai korelasi yang dihitung (r hitung) lebih kecil daripada nilai korelasi yang tercantum dalam tabel (r tabel) pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa item yang terdapat dalam kuesioner dianggap tidak valid.

$$\text{Rumus } r \text{ tabel} = \frac{N-2}{\sqrt{N-2}} = \frac{70-2}{\sqrt{70-2}} = \frac{68}{\sqrt{68}} = 0,2352$$

Keterangan N : jumlah sampel

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Literasi Keuangan (X1)</i>	X1.1	0,837	0,2352	VALID
	X1.2	0,857	0,2352	VALID
	X1.3	0,748	0,2352	VALID
	X1.4	0,836	0,2352	VALID
	X1.5	0,836	0,2352	VALID
	X1.6	0,846	0,2352	VALID
	X1.7	0,702	0,2352	VALID

	X1.8	0,353	0,2352	VALID
<i>Pengaruh Sosial (X2)</i>	X2.1	0,707	0,2352	VALID
	X2.2	0,826	0,2352	VALID
	X2.3	0,710	0,2352	VALID
	X2.4	0,777	0,2352	VALID
	X2.5	0,775	0,2352	VALID
	X2.6	0,820	0,2352	VALID
	X2.7	0,568	0,2352	VALID
	X2.8	0,558	0,2352	VALID
<i>Gaya Hidup (X3)</i>	X3.1	0,887	0,2352	VALID
	X3.2	0,888	0,2352	VALID
	X3.3	0,849	0,2352	VALID
	X3.4	0,883	0,2352	VALID
<i>Keputusan Menggunakan (Y)</i>	Y1.1	0,872	0,2352	VALID
	Y1.2	0,909	0,2352	VALID
	Y1.3	0,862	0,2352	VALID
	Y1.4	0,415	0,2352	VALID
	Y1.5	0,713	0,2352	VALID

Hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari total 25 pertanyaan terkait variabel literasi keuangan, pengaruh sosial, gaya hidup, dan keputusan penggunaan, dapat dianggap valid karena nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai apakah data konsisten dan stabil berdasarkan hasil pengukuran skala. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas terdapat pada tabel berikut :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Literasi Keuangan</i>	8	0,891	<i>Reliable</i>
<i>Pengaruh Sosial</i>	8	0,867	<i>Reliable</i>
<i>Gaya Hidup</i>	4	0,900	<i>Reliable</i>
<i>Keputusan Menggunakan</i>	5	0,814	<i>Reliable</i>

Dari tabel 4.5 di atas, terlihat bahwa variabel literasi keuangan, pengaruh sosial, dan gaya hidup memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat dianggap konsisten (reliable).

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah sebaran data variabel dalam suatu penelitian mengikuti pola normal. Uji ini dapat dievaluasi dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Dalam hal ini, variabel dianggap terdistribusi normal.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,35572270
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,069
	Positive	,043
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Dari Tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilaksanakan untuk mengevaluasi apakah model regresi dalam suatu penelitian menunjukkan korelasi antara variabel independen. Jika model regresi kurang memuaskan, hal tersebut dapat mengindikasikan adanya gejala multikolinieritas. Dalam pengujian multikolinieritas, kita dapat melihat nilai Tolerance dan Variabel Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10, maka tidak ada indikasi multikolinieritas, sementara jika nilai Tolerance kurang dari 0,10, itu menandakan adanya multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	,468	2,136
	X2	,630	1,587
	X3	,410	2,439

a. Dependent Variable: Y

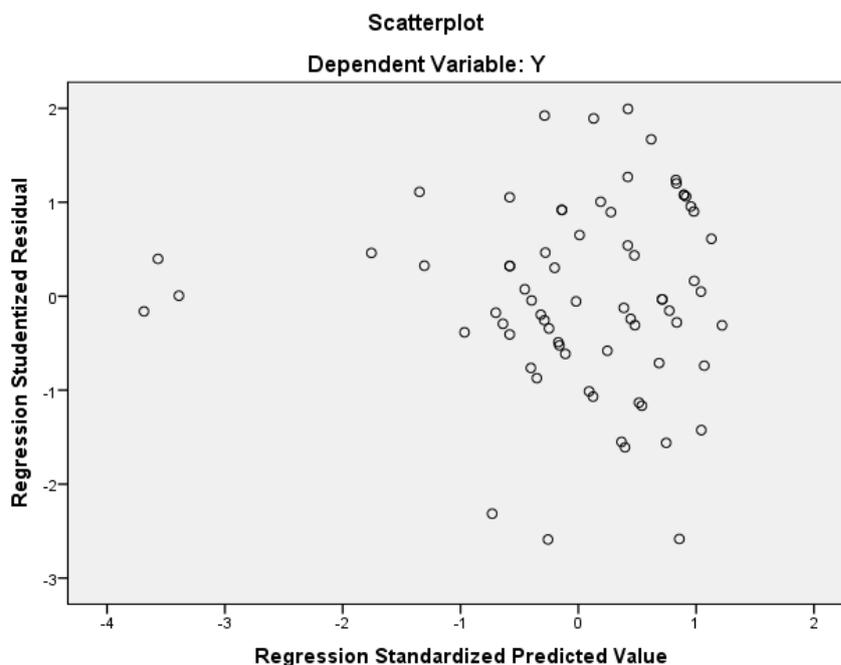
Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Dari tabel tersebut terlihat nilai penerimaan variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,468 dan nilai VIF sebesar 2,136. Nilai toleransi variabel pengaruh sosial (X2) sebesar 0,630 dan nilai VIF sebesar 1,587. Sedangkan nilai toleransi variabel gaya hidup (X3) sebesar 0,410 dan nilai VIF sebesar 2,439. Hasil pada tabel menunjukkan nilai toleransi ketiga variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat bukti multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat bukti terjadinya heteroskedastisitas atau terdapat perbedaan variasi residu antar pengamatan. Idealnya, tidak ada gejala heteroskedastisitas yang muncul pada saat pengujian. Hasil pengujian untuk menilai heteroskedastisitas dapat diperiksa dengan menggunakan grafik atau scatterplot yang menunjukkan hubungan antara variabel terikat (ZPRED) dengan residu variabel bebas (SRESID).

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Dari gambar di atas terlihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan pola titik-titik yang tersebar merata dan berpusat di sekitar angka nol pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

4.3.3 Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengevaluasi tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Hipotesis pengujian dengan menggunakan uji t adalah :

Aturan dasar pengujian t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikansi $>$ dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima.
2. Apabila nilai signifikansi $<$ 0,05, maka hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Tabel 4. 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	3,993	,000
Literasikeuangan	,069	,945
Pengaruhsosial	2,100	,040
Gayahidup	9,191	,000

a. Dependent Variable: Keputusan menggunakan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Uji parsial (t) berdasarkan tabel digunakan untuk menilai hipotesis mengenai signifikansi variabel bebas X1, X2, X3 terhadap variabel terikat Y. Berdasarkan hasil uji t tabel di atas, dapat ditampilkan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan dan pengujian hipotesis, variabel literasi keuangan memperoleh nilai uji t sebesar 0,069 dengan tanda positif, dan nilai signifikansi sebesar 0,945 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada

pengaruh signifikan secara parsial antara literasi keuangan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah.

2. Berdasarkan hasil perhitungan dan uji hipotesis, variabel lingkungan sosial memperoleh nilai uji t sebesar 2,100 dengan tanda positif, dan nilai signifikansi sebesar 0,040 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H2) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial antara pengaruh sosial terhadap keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah.
3. Berdasarkan hasil perhitungan dan uji hipotesis, variabel gaya hidup memperoleh nilai uji t sebesar 9,191 dengan tanda positif, dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H3) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial antara gaya hidup terhadap keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah.

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengevaluasi apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki hubungan dengan variabel dependen secara simultan. Aturan dasar uji F menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, artinya hipotesis nol (H0) diterima.
- b. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, artinya hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Berikut hasil uji F :

Tabel 4. 9 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501,022	3	167,007	86,914	,000 ^b
	Residual	126,821	66	1,922		

Total	627,843	69		
-------	---------	----	--	--

a. Dependent Variable: Keputusan menggunakan

b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Pengaruh sosial, Literasi keuangan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Dari tabel 4.9, tingkat signifikansi untuk X1, X2, dan X3 terhadap Y adalah 0,000, yang berarti nilainya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup terhadap keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan pengujian Koefisien Determinasi adalah untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Rentang nilai Koefisien Determinasi adalah dari 0 hingga 1. Ketika nilai R² mendekati nol atau sangat kecil, itu menandakan keterbatasan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, ketika nilai R² mendekati satu, itu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen, dan model mampu memberikan sebagian besar atau semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen. Hasil dari uji Koefisien Determinasi dapat dicatat dalam tabel yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 23 :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,893 ^a	,798	,789	1,386

a. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Pengaruh sosial, Literasi keuangan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,789. Ini mengindikasikan bahwa variabel independen literasi keuangan (X1), lingkungan sosial (X2), dan gaya hidup (X3) secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen keputusan penggunaan (Y) sebesar 78,9%. Sisanya, yaitu sebesar 21,1%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model, dan mungkin juga memiliki kontribusi terhadap keputusan penggunaan.

d. Uji Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menilai dan memahami dampak, serta arah hubungan antara variabel bebas seperti literasi keuangan, pengaruh sosial, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan mobile banking syariah di kalangan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang. Penulis melakukan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 23, dan hasil pengolahan data ditampilkan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,270	1,320
	Literasikeuangan	,004	,054
	Pengaruhsosial	,079	,038
	Gayahidup	,791	,086

a. Dependent Variable: Keputusan menggunakan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2024

Dari tabel tersebut, output dari analisis regresi linier berganda akan menghasilkan sebuah persamaan regresi berdasarkan koefisien B, yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 5,270 + 0,004 X_1 + 0,079 X_2 + 0,791 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Menggunakan

X1 = Literasi Keuangan

X2 = Pengaruh Sosial

X3 = Gaya Hidup

E = Standar Error

Maka, kesimpulan dari hasil analisis dalam penelitian yang menggunakan aplikasi SPSS 23 adalah sebagai berikut :

1. Konstanta memiliki nilai 5,270, menunjukkan bahwa nilai konstanta variabel tersebut adalah positif. Oleh karena itu, dengan mengasumsikan nilai variabel independen literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup dalam penelitian adalah 0, maka keputusan Pengusaha Muslimah untuk menggunakan mobile banking syariah diperkirakan sebesar 5,270.
2. Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar 0,004, itu berarti jika variabel literasi keuangan ditingkatkan dan mengalami

kenaikan pengetahuan, keterampilan, keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan dan sikap keuangan untuk upaya pengambilan keputusan, maka preferensi penggunaan mobile banking syariah akan meningkat sebesar 0,004. Semakin tinggi literasi keuangan maka semakin tinggi pula keputusan Pengusaha Muslimah menggunakan mobile banking syariah.

3. Nilai koefisien regresi variabel lingkungan sosial sebesar 0,079, itu berarti jika variabel pengaruh sosial ditingkatkan dan mengalami kenaikan kelompok referensi, keluarga, dan pribadi maka preferensi penggunaan mobile banking syariah akan meningkat sebesar 0,079. Semakin tinggi pengaruh sosial maka semakin tinggi pula keputusan Pengusaha Muslimah menggunakan mobile banking syariah.
4. Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup sebesar 0,791, itu berarti jika variabel gaya hidup ditingkatkan dan mengalami kenaikan aktifitas, minat dan pendapat, maka preferensi penggunaan mobile banking syariah akan meningkat sebesar 0,791. Semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi pula keputusan Pengusaha Muslimah menggunakan mobile banking syariah.

4.4 Hasil Analisis Data Penelitian

Diperoleh hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak yang signifikan pada keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah. Menurut hasil analisis regresi linier berganda, variabel (X1) literasi keuangan memiliki koefisien regresi sebesar 0,004. Ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel literasi keuangan tidak memengaruhi keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah. Melihat hasil uji parsial, variabel (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 0,069, yang lebih kecil dari t tabel (1,998) dan nilai signifikansi sebesar 0,945, yang

lebih besar dari nilai (0,05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ditolak.

Walaupun pengetahuan merupakan salahsatu faktor yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah, namun masih banyak faktor lain yang juga berperan dalam mendorong penggunaan tersebut. Misalnya, karena faktor kebiasaan, beberapa orang mungkin terbiasa dengan perbankan syariah karena faktor budayanya, agamanya atau lingkungannya, oleh sebab itu mereka memilih untuk menggunakan layanan mobile banking syariah tanpa memperhatikan tingkat literasi keuangan mereka. Lalu karena faktor kepercayaan, bahwa mobile banking syariah beroperasi menggunakan prinsip-prinsip yang sesuai dengan keyakinan agama mereka dan oleh karena itu mereka mungkin lebih memilih tanpa mempertimbangkan literasi keuangan. Dan adapun faktor kemudahan, sehingga layanan mobile banking lebih mudah dalam digunakan oleh sebagian orang, oleh karena itu mereka memilihnya meskipun belum memiliki literasi keuangan yang baik.

Data dari Survei Nasional Literasi Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa persentase indeks literasi dan inklusi keuangan pada laki-laki adalah 39,94% dan 77,24%, yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan persentase indeks literasi dan inklusi keuangan pada perempuan yang mencapai 36,13% dan 75,15%. Lalu pada tahun 2020-2022 untuk pertama kalinya, indeks literasi keuangan perempuan lebih tinggi yakni sebesar 50,33 persen dibanding laki-laki 49,05 persen. Padahal biasanya yang lebih sensitif terkait dengan keuangan adalah perempuan karena perempuan memiliki tanggung jawab untuk mengelola keuangan keluarganya. Otoritas Jasa Keuangan menjadikan perempuan sebagai sasaran prioritas dalam arah strategis literasi keuangan. Hal ini mengakibatkan masih kurangnya perkembangan

keuangan syariah sehingga memerlukan peran pemerintah dan sektor keuangan dalam meningkatkan literasi keuangan syariah.¹⁰⁸

Literasi keuangan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah bisa saja karena responden ragu-ragu dalam menjawab beberapa indikator pertanyaan tentang literasi keuangan. Pertanyaan tentang literasi keuangan terdiri dari beberapa indikator, seperti pengetahuan, keterampilan, keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan, dan sikap keuangan yang digunakan untuk mengevaluasi upaya peningkatan kualitas pengambilan keputusan. Lalu dari beberapa indikator literasi keuangan yang belum cukup kuat dalam mempengaruhi keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan aplikasi mobile banking syariah. Dan berdasarkan pernyataan oleh ibu ketua Pengusaha Muslimah, bahwasanya memang belum pernah diadakan program atau kegiatan sosialisasi literasi keuangan.

Pernyataan tersebut sesuai dengan yang dilakukan oleh Susanti, K. T. P. (2020).¹⁰⁹ menyatakan bahwa literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Hal ini memungkinkan kurangnya edukasi dalam pelaksanaan peningkatan pemahaman keuangan. Dengan diiringi pesatnya perkonomian dan kemajuan teknologi pada masa sekarang juga perlunya pengetahuan keuangan yang lebih dalam. Pengetahuan dan pengelolaan keuangan sangat penting untuk kehidupan sehari-harinya. Dengan didukung kemudahan dalam pengelolaan keuangan, maka dapat meningkatkan pengelolaan yang baik untuk kesejahteraan individual.

¹⁰⁸ sikapiuangmu.ojk.go.id diakses pada 15 Maret 2024

¹⁰⁹ Susanti, K. T. P. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING BCA, BNI, BRI. *Sumber*, 6(420.412), 942.

b. Pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah. Menurut analisis regresi linier berganda, variabel (X2) pengaruh sosial memiliki koefisien regresi sebesar 0,079. Ini mengindikasikan bahwa jika pengaruh sosial meningkat satu satuan, maka keputusan Pengusaha Muslimah untuk menggunakan mobile banking syariah diperkirakan akan meningkat sebesar 0,079. Selanjutnya, dari hasil perhitungan uji t variabel (X2), pengaruh sosial mendapatkan nilai t hitung sebesar 2,100 dengan tingkat signifikansi 0,040. Dengan demikian, nilai t hitung $2,100 > t$ tabel (1,998), dan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah untuk menggunakan mobile banking syariah. Oleh karena itu, hipotesis kedua dapat diterima. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat lingkungan sosial, semakin tinggi juga keputusan Pengusaha Muslimah menggunakan mobile banking syariah.

Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tun, P. M. (2020)¹¹⁰ yang menunjukkan hasil bahwa variabel lingkungan sosial mempunyai pengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Pengaruh yang timbul dari keluarga, teman, ataupun rekan kerja dapat mendorong seseorang dalam melakukan suatu tindakan mengenai pemanfaatan teknologi transaksi yang memudahkan seperti mobile banking ini. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial memiliki potensi untuk memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan mobile banking syariah di kalangan

¹¹⁰Tun, P. M. (2020). Factors influencing intention to reuse mobile banking services for the private banking sector in Myanmar. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, 7(1), 63-78.

Pengusaha Muslimah. Ini ditunjukkan oleh tanggapan responden terhadap indikator seperti kelompok referensi, keluarga, dan faktor pribadi yang saling terkait dan memiliki dampak positif serta signifikan terhadap keputusan penggunaan.

c. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan Mobile Banking Syariah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, variabel (X3) gaya hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0,791. Ini menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel gaya hidup berpotensi meningkatkan keputusan untuk menggunakan mobile banking syariah sebesar 0,791.

Selanjutnya, dari hasil uji t (parsial) variabel (X3), didapat nilai t hitung sebesar 9,191, yang melebihi nilai t tabel (1,998), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah. Dengan demikian, hipotesis ketiga dapat diterima.

Ini menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang memiliki dampak besar terhadap sikap mereka. Pengusaha Muslimah cenderung akan menggunakan layanan mobile banking syariah jika mereka memiliki pandangan yang positif terhadap layanan tersebut. Ketika konsumen merasakan manfaat yang diberikan oleh layanan mobile banking syariah, kesan positif akan terbentuk. Untuk memperkuat persepsi positif di kalangan masyarakat umum, khususnya Pengusaha Muslimah, terhadap layanan Mobile Banking Syariah dan untuk terus mendorong penggunaannya, industri perbankan syariah harus meningkatkan kualitasnya.

Hal ini terjadi karena gaya hidup Pengusaha Muslimah memengaruhi preferensi mereka dalam menggunakan mobile banking Syariah. Dengan demikian, semakin besar kebutuhan gaya hidup Pengusaha Muslimah terhadap layanan digital, semakin tinggi pula keputusan mereka menggunakan mobile banking syariah.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022)¹¹¹ yang menunjukkan hasil bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap penggunaan mobile banking syariah. Linnatunnisa menyatakan di era yang serba digital mengharuskan untuk menggunakan mobile banking karena kebutuhan. Jadi semakin tinggi kebutuhan gaya hidup oleh pengguna maka semakin tinggi pula keputusan menggunakan teknologi.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tingkat gaya hidup yang diperlukan oleh Pengusaha Muslimah yang menggunakan mobile banking syariah sangat tinggi. Hal ini terbukti dari respons positif dan signifikan dari para responden terhadap aktivitas, minat, dan pendapat, yang semuanya berkontribusi terhadap keputusan untuk menggunakan layanan mobile banking syariah.

¹¹¹Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Yang Dimediasi Sikap Pengguna. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 301-314.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan mobile banking syariah di kalangan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel literasi keuangan (X1) tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang untuk menggunakan mobile banking syariah. Hal ini terkonfirmasi oleh hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,945, yang lebih besar dari nilai signifikansi (0,05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan tidak cukup kuat untuk mempengaruhi keputusan Pengusaha Muslimah dalam menggunakan mobile banking syariah.
2. Variabel lingkungan sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang menggunakan mobile banking syariah. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai signifikansinya sebesar 0,040 yang lebih kecil dari nilai signifikansi (0,05). Sehingga disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengaruh sosial dalam menggunakan mobile banking syariah maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menggunakan mobile banking syariah tersebut.
3. Variabel gaya hidup (X3) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan Pengusaha Muslimah Alisa Khadijah di Kota Semarang untuk menggunakan mobile banking syariah. Fakta ini dibuktikan oleh hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari nilai signifikansi (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai dengan kebutuhan gaya hidup digital, semakin tinggi juga Pengusaha Muslimah memutuskan untuk

menggunakan layanan mobile banking syariah. Oleh karena itu, peningkatan dalam jumlah pengguna layanan mobile banking syariah memiliki hubungan dengan meningkatnya penggunaan Pengusaha Muslimah akan layanan digital sesuai gaya hidup mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Berikut adalah saran-saran dari penulis :

1. Bagi Perbankan Syariah

Diharapkan pihak perbankan dapat melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan Mobile Banking Syariah, sehingga dapat digunakan sebagai dasar evaluasi untuk meningkatkan pelayanan Mobile Banking Syariah kepada pengguna. Dan diharapkan dari pihak perbankan maupun non perbankan perlu memberikan edukasi tentang literasi keuangan melalui promosi, dan sosialisasi misalnya, agar masyarakat luas khususnya para pengusaha memiliki literasi keuangan terkait mobile banking syariah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel yang digunakan dan mengembangkan objek penelitian dengan memperluas sampel penelitian, tidak hanya terbatas pada Pengusaha Muslimah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Z. (2010). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 23(2), 1-20.
- Adiyanto, M. R., Purnomo, A. S. D., & Setyo, A. (2021). Dampak tingkat literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan produk keuangan syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1-12.
- Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional."
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 66.
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2022 – 2023*.
- AZ Nihayah, LH Rifqi - *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2022
- Badjamal, F. A., Rezal, M., Kamal, K., Latoki, L., Ahmad, A., Said, I. M., & Ningsih, K. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1-11.
- Bank & Lembaga Keuangan Syariah. (2016). *Indonesia: Kencana Prenada Media*.
- Basoeky, U., Panggabean, S., Manu, G. A., Wardhana, A., Hoeronis, I., Adnan, Y., & Sudirman, A. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat. *Media Sains Indonesia*.
- Boyd, Harper W, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Cahyaningtyas, S. R., & Ramadhani, R. S. (2020). Edukasi Literasi Keuangan Kepada Masyarakat Desa Mekarsari Narmada. *Jurnal Abdimas Independen*, 1(2), 86-90.
- Charles Lamb, W.Et.Al. *Pemasaran*. Edisi Pertama, (Jakarta : Selemba Empat 2001) hlm 221.

databoks.katadata.co.id diakses pada 09 Februari 2024

databoks.katadata.co.id diakses pada 14 Juni 2023

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010, h. 4.

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 335-336

F Amalia, FN Faizah - *Jurnal Abdi Insani*, 2022

Fauziah, S. A., & Ashfiasari, S. (2021). Pengaruh Social Influence dan Self-efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-wallet. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 1(4), 307-317.

FN Faizah, B Baharudin, R Agustina - *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial dan Sains*, 2022

Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Ke-9th Ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hakim, M. A. R. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).

Hardiyanti, H. (2022). Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 335-340.

Hardiyanti, H. (2022). Pengaruh Pola Gaya Hidup Nasabah Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking di Kudus. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 335-340.

Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA MAJELIS TAKLIM NURUL IMAN BEKASI SELATAN. *EKONOMIKA*, 12(1), 374-383.

<https://dataumkm.semarangkota.go.id/>

<https://ojk.go.id/> diakses pada 27 Juni 2023

<https://ojk.go.id/> diakses pada 27 Juni 2023

<https://ojk.go.id/id/> diakses pada 1 Juni 2023

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> diakses pada 10 Juni 2023

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/> diakses pada 9 Juni 2023

<https://www.ojk.go.id/> diakses pada 1 Juni 2023

<https://www.ojk.go.id/> diakses pada 9 Juni 2023

<https://www.ojk.go.id/Files/box/buku%20bijak%20ber-ebanking.pdf> diakses pada 10 Juni 2023.

Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta : Rajawali Pers. 2009, h. 177

Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis, Jakarta: Rajawali, 2013, .hal.11

Ibid.

Ibid., h. 20.

Jannah, A.N. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Unismuh Dalam Mengelola Keuangan Pribadi. jateng.bps.go.id diakses pada 09 February 2024.

Jelita, W. R. S., & Shofawati, A. (2019). Manajemen Risiko Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jabal Nur Tebuireng di Surabaya. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 69-82.

Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahnya (Bandung: PT. Syamil Cipta Medina, 2005), 472.

Kertajaya, H., & Muhammad, S. (2006). *Syariah Marketing Bandung*: Mizan Pustaka.

Kotler Dan Keller. 2009. "Manajemen Pemasaran." Edisi KE 13. Jakarta: Erlangga

Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128-136.

Linnatunnisa, S., & Safitri, R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking

- Yang Dimediasi Sikap Pengguna. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 301-314.
- M. Nadratuzzaman Hosen, *Perbankan Syariah*, (Jakarta, pkes Publishing, versi e-book, Agustus, 2008).
- Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2019). Mobile banking use: A comparative study with Brazilian and US participants. *International Journal of Information Management*, 44, 132-140.
- Muhammad Nasib Rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, (Jakarta: Gema Insani, 2012), h. 467.
- Noor, S., & Ramadhani, R. P. (2023). Pemanfaatan Layanan Digital Bank Syariah Dan Sebagai Sarana Pengembangan Umkm. *Abdimas Galuh*, 5(1), 213-223.
- Nugroho, I. Y., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Penggunaan BSI Mobile. *Islamic Economics and finance in Focus*, 1(2).
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87-104.
- Oemar Hamlik, *Proses Belajar Dan Mengajar* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2001), hlm 195.
- Otoritas Jasa Keuangan, 2020
- Perbankan Syariah. (2011). Indonesia: Kencana.
- Pradini and Susanti, "Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri."
- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, 10(10), 859.
- Rahma, T. I. F. (2018). *Perbankan syariah 1*.

- Rahman, G. A. (2021). Pengaruh Variabel Tam, Persepsi Resiko, Pengaruh Sosial Terhadap Kepuasan Dan Penggunaan Kembali Secara Terus Menerus Aplikasi Mobile Banking Bank Kalsel (Studi Pada Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin). *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)*, 7(4), 508-520.
- Rian Maulana, Iskandar Iskandar, and Masrura Mailany, „Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model“, *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2.2 (2019), 149.
- Rianto, M. R., & Yoganingsih, T. (2020). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri-Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16 (2).
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *JKBM (jurnal konsep bisnis dan manajemen)*, 3(1).
- Steiner A. George, *Kebijakan Strategi Manajemen*, terj. Tim Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 1988), hlm.9.
- Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran fintech dalam meningkatkan literasi keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Malang. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(04).
- Sugiharto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto, Denny S.Oetomo, *Teknik Sampling*, (Cet.2 ; Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 13
- Sugiono. *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung : Alfa Beta, 2009)., h. 61
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010),h.95.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 2019, Bandung : Alfabeta h. 129.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 137
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

- Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian , Bandung: Alfabeta, 2009. hal.117
- Sugiyono. Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D . Bandung : Alfabeta. 2014,
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: model kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689-1699.
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. *Digitalisasi UMKM*, 57.
- Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK), Otoritas Jasa Keuangan.
- Susanti, K. T. P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *Sumber*, 6(420.412), 942.
- Tafsir Web <https://al-ibar.net/ekonomi-syariah/295>
- Tafsir Web <https://islamic-economics.uui.ac.id/>
- Tafsir Web, Al-Hadist dasar operasional bank syariah, <http://repository.umy.ac.id/>
- Tafsir Web, Hadits tentang Riba, <https://alukhuwah.com/2017/02/16/bahaya-riba/>
- Tafsir Web, <https://infobrand.id/>
- Tafsir Web, Ketua Alisa Khadijah ICMI, Zakiah Jobban
- Tafsir Web, Q.S. An-Nisa : 29, <https://quran.nu.or.id/an-nisa'/29>
- Tafsir Web, QS. Al Baqarah: 278-280, <https://quran.com/id/sapi-betina/278-280>
- Tafsir Web, Surat Al-Baqarah, ayat 275, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/275>
- Tafsir Web, Surat At Taubah ayat 105, <https://quran.nu.or.id/at-taubah/105>
- Tun, P. M. (2020). Factors influencing intention to reuse mobile banking services for the private banking sector in Myanmar. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, 7(1), 63-78.
- Veithzal Rivai, *Islamic Human Capital edisi I* (Jakarta: Rajawali Persada, 2009), 826.
- Yasin, R. M., Lailyah, N., & Edris, M. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-Ilmi: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 75.

Yayasan PenyelenggaraPenterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1978)

Yuhelmi, Y., Trianita, M., Kamela, I., & Rosha, Z. (2022). Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 20-25.

LAMPIRAN

1. Identitas Responden Pra Riset

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Perempuan	43	PNS
2	Perempuan	27	Pegawai
3	Perempuan	50	Wirausaha
4	Perempuan	40	Freelance
5	Perempuan	69	Pensiunan PNS
6	Perempuan	51	Wiraswasta
7	Perempuan	42	Ibu rumah tangga
8	Perempuan	51	Wiraswasta
9	Perempuan	52	Karyawan
10	Perempuan	48	Ibu RumahTangga
11	Perempuan	49	Ibu Rumah Tangga
12	Perempuan	57	Wirausaha
13	Perempuan	45	Notaris
14	Perempuan	48	Profesional Perorangan
15	Perempuan	53	Wirausaha
16	Perempuan	40	PNS
17	Perempuan	63	Wiraswasta
18	Perempuan	56	Owner Deline Delish
19	Perempuan	44	Wiraswasta
20	Perempuan	27	Wiraswasta

2. Kuesioner Pra Riset

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

Pertanyaan-Pertanyaan :

1. Apakah anda termasuk anggota dari Alisha Khadijah?
(Ya/Tidak)
2. Anda berada pada divisi apa?
3. Apakah anda saat ini sudah memiliki rekening di Bank umum syariah?
(Ya/Tidak)
4. Apakah anda sudah memiliki Mobile Banking Syariah?
(Ya/Tidak)

3. Jawaban Responden Pra Riset

No	1. Apakah anda termasuk anggota dari Alisha Khadijah?		2. Anda berada pada divisi apa?	3. Apakah anda saat ini sudah memiliki rekening di Bank umum syariah?		4. Apakah anda sudah memiliki Mobile Banking Syariah?	
	Ya	Tidak		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	√		Bendahara 1	√		√	
2	√		-	√		√	
3	√		Kewirausahaan		√		√
4	√		Anggota	√			√
5	√		Anggota	√			√
6	√		-	√		√	
7	√		UMKM	√			√
8	√		Binaan UMKM	√		√	
9	√		Anggota	√		√	
10	√		-		√		√
11	√		-		√		√
12	√		Anggota	√			√
13	√		OKK	√		√	
14	√		Sekretaris 1	√			√
15	√		Humas jateng	√		√	
16	√		-	√			√
17	√		Bendahara	√		√	
18	√		UMKM Binaan	√		√	
19	√		Sosial Rohani	√		√	
20	√		Anggota		√		√

4. Identitas Responden Penelitian

No	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Laki - Laki	42	Pengusaha
2	Perempuan	40	Pegawai Swasta
3	Perempuan	48	Lainnya
4	Perempuan	49	Pengusaha
5	Laki - Laki	45	Pengusaha
6	Perempuan	42	Pengusaha
7	Perempuan	61	Pegawai Swasta
8	Perempuan	36	Ibu Rumah Tangga
9	Perempuan	46	PNS
10	Perempuan	49	Pegawai Swasta
11	Perempuan	32	Pengusaha
12	Perempuan	42	Pengusaha
13	Perempuan	42	PNS
14	Perempuan	57	Ibu Rumah Tangga
15	Laki - Laki	49	Lainnya
16	Perempuan	47	Ibu Rumah Tangga
17	Perempuan	58	Lainnya
18	Perempuan	34	Pegawai Swasta
19	Perempuan	39	Ibu Rumah Tangga
20	Perempuan	28	Pegawai Swasta
21	Perempuan	26	Pengusaha
22	Perempuan	59	Lainnya
23	Laki - Laki	51	Pegawai Swasta
24	Perempuan	47	Ibu Rumah Tangga
25	Perempuan	57	PNS
26	Perempuan	46	PNS
27	Perempuan	37	Lainnya
28	Perempuan	56	Pengusaha
29	Perempuan	45	Pegawai Swasta
30	Perempuan	41	Pengusaha
31	Perempuan	42	Ibu Rumah Tangga
32	Perempuan	32	Pengusaha
33	Perempuan	43	PNS

34	Perempuan	27	Pegawai Swasta
35	Perempuan	51	Pengusaha
36	Perempuan	51	Pengusaha
37	Perempuan	52	Pegawai Swasta
38	Perempuan	45	Lainnya
39	Perempuan	53	Pengusaha
40	Perempuan	63	Pengusaha
41	Perempuan	56	Pengusaha
42	Perempuan	44	Pengusaha
43	Perempuan	35	Pegawai Swasta
44	Laki-laki	35	Pegawai Swasta
45	Perempuan	41	Pengusaha
46	Perempuan	39	Lainnya
47	Perempuan	45	Lainnya
48	Perempuan	41	Lainnya
49	Perempuan	33	Pengusaha
50	Perempuan	48	Pengusaha
51	Perempuan	46	Ibu Rumah Tangga
52	Perempuan	46	Ibu Rumah Tangga
53	Perempuan	44	Pengusaha
54	Perempuan	49	Ibu rumah tangga
55	Perempuan	26	Lainnya
56	Perempuan	36	Pegawai Swasta
57	Perempuan	52	Ibu rumah tangga
58	Perempuan	44	Ibu rumah tangga
59	Perempuan	26	Pegawai Swasta
60	Perempuan	28	Ibu rumah tangga
61	Perempuan	43	Pengusaha
62	Perempuan	50	Ibu rumah tangga
63	Perempuan	25	Lainnya
64	Perempuan	52	Ibu rumah tangga
65	Perempuan	42	Lainnya
66	Perempuan	36	Pengusaha
67	Perempuan	28	Pengusaha
68	Laki-laki	32	Pegawai Swasta
69	Perempuan	35	Pengusaha
70	Perempuan	43	Pegawai Swasta

D. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Sebelum menjawab kuesioner, mohon untuk melengkapi identitas responden.
- b. Untuk menjawab kuesioner, klik pada salah satu jawaban yang sesuai pada kolom pilihan jawaban yang tersedia, dengan keterangan sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

6. Pernyataan Kuesioner

Variabel	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Literasi Keuangan (X1)</i>	Saya mengetahui fungsi dan kegunaan dari aplikasi mobile banking di bank syariah					
	Saya mampu menggunakan aplikasi mobile banking di bank syariah					
	Mobile banking dapat dipercaya dan mempunyai tingkat keamanan					
	Saya merasa nyaman menggunakan fitur pembayaran tagihan melalui aplikasi mobile banking syariah					
	Saya memahami fitur-fitur syariah yang terdapat dalam aplikasi mobile banking syariah					
	Saya sering menggunakan fitur transfer dana antar rekening melalui aplikasi mobile banking syariah					
	Saya yakin bank syariah memiliki kepedulian terhadap kepentingan dan kebutuhan saya					
	Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik					
<i>Lingkungan Sosial (X2)</i>	Saya menggunakan mobile banking syariah karena anjuran dari kelompok/organisasi					
	Saya menggunakan mobile banking syariah karena banyak keluarga yang menggunakan					
	Lingkungan sosial dan budaya saya banyak yang menggunakan mobile banking syariah					

	Saya menggunakan mobile banking syariah karena anjuran dari keluarga					
	Temannya dan keluarga saya menganggap penggunaan mobile banking syariah itu penting					
	Keluarga saya banyak yang menggunakan mobile banking syariah					
	Saya percaya bahwa data pribadi dapat terlindungi dengan baik saat menggunakan mobile banking syariah					
	Saya merasa nyaman dengan penggunaan aplikasi mobile banking syariah					
<i>Gaya Hidup (X3)</i>	Saya sering menggunakan mobile banking bank syariah sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup saya					
	Saya merasa bahwa mobile banking syariah telah memudahkan aktivitas sehari-hari					
	Saya merasa mobile syariah banking aman untuk aktifitas sehari-hari					
	Saya tertarik menggunakan mobile banking syariah karena dapat melakukan segala aktifitas pembayaran dengan mudah					
<i>Keputusan Penggunaan (Y)</i>	Saya sering menggunakan aplikasi mobile banking syariah.					
	Saya merasa puas saat menggunakan layanan mobile banking syariah dalam bertransaksi					
	Saya merasa produk mobile banking syariah memberikan layanan pelanggan yang baik					
	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk / jasa					
	Setelah melihat nasabah lain banyak menggunakan jasa mobile banking saya tertarik untuk menggunakan jasanya					

7. Data Jawaban Responden

A. Variabel Literasi Keuangan (X1)

No	LITERASI KEUANGAN								TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	2	1	2	2	2	2	2	5	18
6	5	5	5	5	5	5	4	5	39
7	4	5	4	5	4	4	4	5	35
8	5	5	3	5	5	5	5	4	37
9	4	4	4	4	4	5	4	5	34
10	4	4	4	4	4	4	4	5	33
11	4	4	4	4	4	4	4	5	33
12	4	4	4	5	3	5	5	5	35
13	5	5	3	5	5	5	5	5	38
14	2	1	3	3	1	1	3	5	19
15	5	5	3	4	5	5	3	4	34
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	4	4	4	4	3	4	4	31
18	5	5	4	4	4	4	4	5	35
19	4	4	4	4	4	4	4	5	33
20	5	5	5	5	4	4	4	5	37
21	5	5	5	5	4	5	4	5	38
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	5	5	5	5	5	5	4	5	39
24	4	4	3	4	4	5	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	5	4	4	4	4	5	34
27	3	2	3	3	2	2	3	2	20
28	5	5	4	5	5	5	5	4	38
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	4	4	4	3	3	5	31
31	4	4	4	4	4	2	4	5	31
32	4	4	3	3	4	5	5	5	33
33	4	4	4	3	5	5	5	4	34
34	4	5	4	4	4	4	4	5	34
35	4	4	5	5	5	4	5	4	36

36	5	5	5	4	4	5	5	5	38
37	4	4	5	4	4	5	5	5	36
38	5	5	5	5	5	5	5	4	39
39	5	4	5	5	4	4	4	5	36
40	5	4	5	5	4	4	4	5	36
41	4	5	4	4	4	4	4	4	33
42	4	5	4	4	4	3	5	4	33
43	4	5	4	4	4	4	4	5	34
44	4	4	4	4	4	5	4	4	33
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	5	5	5	4	5	5	5	39
47	4	4	3	4	4	3	4	4	30
48	5	5	5	5	5	5	5	4	39
49	5	4	5	4	5	5	4	5	37
50	5	5	4	5	4	5	4	4	36
51	5	3	5	5	5	5	5	4	37
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	3	4	4	4	4	4	5	5	33
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	5	5	5	5	5	4	5	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	4	4	4	4	4	3	4	5	32
61	4	5	4	5	4	5	4	5	36
62	5	5	5	4	3	5	5	5	37
63	4	4	4	4	4	5	5	5	35
64	4	4	4	4	3	4	5	5	33
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	4	4	4	4	4	4	4	33
67	4	4	4	4	3	4	4	4	31
68	3	3	4	4	3	3	4	5	29
69	5	5	4	5	5	5	4	5	38
70	2	4	4	4	4	4	5	5	32

B. Variabel Lingkungan Sosial (X2)

No	PENGARUH SOSIAL								TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	3	3	3	3	3	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	5	4	4	4	35
5	2	2	2	1	1	2	2	2	14
6	4	5	5	3	4	4	5	5	35
7	4	4	4	4	5	4	4	4	33
8	1	1	3	1	3	2	3	5	19
9	4	4	4	4	4	4	4	5	33
10	3	4	3	3	4	4	4	4	29
11	3	3	4	3	4	4	4	4	29
12	3	5	5	5	5	5	3	4	35
13	2	2	4	2	3	3	3	4	23
14	3	3	3	3	3	1	1	1	18
15	1	1	4	1	4	2	3	4	20
16	1	1	4	1	4	4	4	4	23
17	3	2	3	2	3	3	4	4	24
18	2	3	3	3	3	3	4	4	25
19	1	1	3	1	2	3	4	4	19
20	4	4	4	4	4	4	5	5	34
21	1	1	3	1	1	1	5	5	18
22	2	2	4	4	4	4	4	4	28
23	4	4	5	1	5	4	3	5	31
24	3	3	3	3	4	3	2	4	25
25	4	4	4	4	5	4	4	5	34
26	4	4	4	4	5	4	5	4	34
27	2	1	1	2	2	1	3	2	14
28	4	5	4	4	5	5	5	5	37
29	1	3	5	1	5	4	5	5	29
30	3	3	3	3	3	3	4	4	26
31	2	2	3	2	3	3	4	4	23
32	5	4	5	4	5	4	3	3	33
33	4	4	4	5	4	4	4	4	33
34	3	3	5	3	4	3	4	4	29
35	3	5	5	5	5	4	5	5	37

36	4	4	5	5	5	4	5	5	37
37	3	4	3	3	4	3	3	5	28
38	4	4	3	4	3	4	5	5	32
39	3	5	5	5	5	4	5	5	37
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	3	3	5	5	5	5	4	4	34
42	4	4	4	4	4	5	5	5	35
43	3	4	5	4	5	4	5	5	35
44	3	3	4	3	4	3	4	4	28
45	3	3	3	3	4	4	5	5	30
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	3	4	3	4	4	4	4	4	30
48	4	4	4	4	4	4	5	5	34
49	3	3	5	5	5	5	4	5	35
50	3	3	5	3	4	5	5	5	33
51	3	3	5	3	5	3	5	5	32
52	3	4	4	3	4	3	5	5	31
53	2	4	4	2	2	4	4	5	27
54	3	3	3	4	4	4	4	4	29
55	3	3	3	4	4	4	4	4	29
56	4	3	5	2	3	2	5	5	29
57	2	4	4	4	2	4	5	5	30
58	3	3	4	3	4	4	4	4	29
59	4	4	4	4	5	4	4	4	33
60	3	3	3	3	4	3	5	5	29
61	4	4	5	4	4	5	4	5	35
62	2	4	3	2	4	3	4	5	27
63	3	3	5	3	5	5	4	5	33
64	2	4	4	2	4	3	4	4	27
65	2	4	5	3	5	5	5	5	34
66	4	4	4	4	5	4	4	4	33
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	3	3	3	3	4	4	4	3	27
69	3	5	5	3	4	5	4	5	34
70	4	3	3	4	5	5	4	4	32

C. Variabel Gaya Hidup (X3)

No	GAYA HIDUP				TOTAL
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	4	4	4	4	16
2	4	5	5	5	19
3	5	5	5	5	20
4	5	4	4	4	17
5	1	1	2	2	6
6	3	4	4	4	15
7	4	5	4	5	18
8	5	5	3	5	18
9	4	4	5	4	17
10	3	4	4	4	15
11	4	4	4	4	16
12	5	5	4	5	19
13	5	4	4	5	18
14	1	3	1	1	6
15	4	5	3	5	17
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	3	15
18	4	4	4	4	16
19	2	3	4	3	12
20	5	5	5	4	19
21	5	5	5	4	19
22	4	4	4	4	16
23	4	5	5	4	18
24	4	4	3	4	15
25	4	4	5	5	18
26	4	4	4	4	16
27	2	2	2	1	7
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	3	4	4	3	14
31	2	4	3	4	13
32	4	5	5	5	19
33	4	5	5	5	19
34	4	4	4	4	16
35	4	4	5	5	18
36	4	5	5	5	19
37	5	4	4	4	17

38	4	5	5	4	18
39	5	5	5	4	19
40	4	5	5	5	19
41	4	3	4	5	16
42	5	4	4	5	18
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	5	5	5	19
48	2	3	3	4	12
49	5	5	5	5	20
50	4	5	4	5	18
51	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	3	4	4	4	15
55	3	4	4	4	15
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	3	4	4	4	15
61	4	5	4	5	18
62	4	4	5	5	18
63	5	5	3	5	18
64	3	4	4	4	15
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	5	4	4	4	17
68	3	4	4	5	16
69	5	5	5	5	20
70	5	4	4	5	18

D. Variabel Keputusan Menggunakan (Y)

No	KEPUTUSAN MENGGUNAKAN					
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
1	5	4	4	4	4	21
2	5	4	4	5	3	21
3	4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	4	4	23
5	1	1	1	5	3	11
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	4	4	23
8	5	4	5	5	3	22
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	5	3	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	4	4	5	23
13	5	5	5	4	5	24
14	1	1	2	5	3	12
15	4	4	4	4	1	17
16	4	4	4	4	4	20
17	3	3	4	3	3	16
18	4	4	4	4	3	19
19	4	4	4	3	2	17
20	4	4	4	5	4	21
21	5	5	5	5	3	23
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	3	19
25	4	4	5	5	4	22
26	4	4	5	5	4	22
27	1	2	3	4	2	12
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	3	4	4	4	3	18
31	3	4	4	4	4	19
32	5	5	4	5	4	23
33	4	5	5	4	5	23
34	5	5	5	4	4	23
35	4	5	4	4	4	21

36	4	5	4	5	5	23
37	4	4	5	4	4	21
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	5	5	5	25
40	5	4	4	4	5	22
41	4	4	4	5	5	22
42	5	5	5	4	4	23
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	5	5	5	5	24
47	5	5	5	5	5	25
48	3	4	4	4	3	18
49	5	5	5	4	4	23
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	3	19
55	5	4	4	4	3	20
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	25
58	4	4	4	5	4	21
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	5	4	21
61	4	5	4	5	4	22
62	4	4	4	5	4	21
63	5	5	5	5	4	24
64	3	4	4	4	4	19
65	5	5	5	5	2	22
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	4	5	4	19
69	5	5	5	5	4	24
70	5	4	4	5	4	22

8. Hasil Output Uji Deskriptif

1. Hasil Uji Deskriptif Responden

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki laki	6	8,6	8,6	8,6
Perempuan	64	91,4	91,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25-30	8	11,4	11,4	11,4
31-35	8	11,4	11,4	22,9
36-40	7	10,0	10,0	32,9
41-45	20	28,6	28,6	61,4
46-50	12	17,1	17,1	78,6
51-55	7	10,0	10,0	88,6
56-60	6	8,6	8,6	97,1
61-65	2	2,9	2,9	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai swasta	15	21,4	21,4	21,4
PNS	5	7,1	7,1	28,6
Pengusaha	24	34,3	34,3	62,9
Ibu rumah tangga	14	20,0	20,0	82,9
Lainnya	12	17,1	17,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

2. Hasil Output Uji Validitas

Hasil uji dari (30 Responden)

1) Variabel X1

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	TOTAL
VAR00001 Pearson Correlation	1	,803**	,455*	,731**	,854**	,855**	,291	,145	,183	,393*	,231	,234	,839**
Sig. (2-tailed)		,000	,012	,000	,000	,000	,119	,445	,333	,032	,219	,214	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002 Pearson Correlation	,803**	1	,187	,800**	,854**	,821**	,088	-,004	,026	,283	,226	,089	,736**
Sig. (2-tailed)	,000		,321	,000	,000	,000	,645	,982	,892	,129	,229	,640	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003 Pearson Correlation	,455*	,187	1	,421*	,462*	,360	,520**	,477**	,669**	,544**	,195	,480**	,675**
Sig. (2-tailed)	,012	,321		,021	,010	,050	,003	,008	,000	,002	,302	,007	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004 Pearson Correlation	,731**	,800**	,421*	1	,864**	,650**	,305	,134	,256	,374*	,107	,159	,777**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,021		,000	,000	,101	,481	,171	,042	,574	,400	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005 Pearson Correlation	,854**	,854**	,462*	,864**	1	,835**	,267	,185	,217	,422*	,194	,248	,863**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	,000		,000	,154	,328	,249	,020	,305	,186	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006 Pearson Correlation	,855**	,821**	,360	,650**	,835**	1	,121	,160	,188	,395*	,355	,385*	,836**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,050	,000	,000		,525	,398	,319	,031	,055	,036	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00007 Pearson Correlation	,291	,088	,520**	,305	,267	,121	1	,432*	,423*	,260	,310	,320	,496**
Sig. (2-tailed)	,119	,645	,003	,101	,154	,525		,017	,020	,165	,095	,084	,005
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00008 Pearson Correlation	,145	-,004	,477**	,134	,185	,160	,432*	1	,669**	,544**	,114	,480**	,467**
Sig. (2-tailed)	,445	,982	,008	,481	,328	,398	,017		,000	,002	,549	,007	,009

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0 0009	Pearson Correlation	,183	,026	,669**	,256	,217	,188	,423*	,669**	1	,287	,252	,680**	,536**
	Sig. (2-tailed)	,333	,892	,000	,171	,249	,319	,020	,000		,124	,179	,000	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0 0010	Pearson Correlation	,393*	,283	,544**	,374*	,422*	,395*	,260	,544**	,287	1	,333	,370*	,606**
	Sig. (2-tailed)	,032	,129	,002	,042	,020	,031	,165	,002	,124		,072	,044	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0 0011	Pearson Correlation	,231	,226	,195	,107	,194	,355	,310	,114	,252	,333	1	,607**	,467**
	Sig. (2-tailed)	,219	,229	,302	,574	,305	,055	,095	,549	,179	,072		,000	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0 0012	Pearson Correlation	,234	,089	,480**	,159	,248	,385*	,320	,480**	,680**	,370*	,607**	1	,576**
	Sig. (2-tailed)	,214	,640	,007	,400	,186	,036	,084	,007	,000	,044	,000		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,839**	,736**	,675**	,777**	,863**	,836**	,496**	,467**	,536**	,606**	,467**	,576**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,005	,009	,002	,000	,009	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2) Variabel X2

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	TOTAL
VAR0000	Pearson										
1	Correlation	1	,797**	,356	,821**	,532**	,459*	,362*	,246	,196	,810**
	Sig. (2-tailed)		,000	,054	,000	,002	,011	,049	,190	,299	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
2	Correlation	,797**	1	,368*	,924**	,592**	,663**	,279	,434*	,181	,892**
	Sig. (2-tailed)	,000		,045	,000	,001	,000	,135	,016	,339	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
3	Correlation	,356	,368*	1	,431*	,513**	,205	,339	,176	-,032	,543**
	Sig. (2-tailed)	,054	,045		,017	,004	,276	,067	,353	,866	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
4	Correlation	,821**	,924**	,431*	1	,692**	,663**	,279	,468**	,026	,911**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,017		,000	,000	,135	,009	,892	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
5	Correlation	,532**	,592**	,513**	,692**	1	,552**	,465**	,290	,034	,769**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,004	,000		,002	,010	,120	,858	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
6	Correlation	,459*	,663**	,205	,663**	,552**	1	,294	,447*	,024	,742**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,276	,000	,002		,114	,013	,899	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
7	Correlation	,362*	,279	,339	,279	,465**	,294	1	,245	,599**	,563**
	Sig. (2-tailed)	,049	,135	,067	,135	,010	,114		,192	,000	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
8	Correlation	,246	,434*	,176	,468**	,290	,447*	,245	1	,172	,555**
	Sig. (2-tailed)	,190	,016	,353	,009	,120	,013	,192		,363	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000	Pearson										
9	Correlation	,196	,181	-,032	,026	,034	,024	,599**	,172	1	,272

	Sig. (2-tailed)	,299	,339	,866	,892	,858	,899	,000	,363		,146
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,810**	,892**	,543**	,911**	,769**	,742**	,563**	,555**	,272	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,001	,001	,146	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3) Variabel X3

		Correlations									
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	TOTAL
VAR00001	Pearson	1									
	Correlation		,501**	,331	,465**	,243	,642**	,454*	,349	,176	,636**
	Sig. (2-tailed)		,005	,074	,010	,195	,000	,012	,059	,352	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson	,501**	1								
	Correlation			,637**	,570**	,447*	,350	,391*	,379*	,359	,687**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,001	,013	,058	,033	,039	,051	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson	,331	,637**	1							
	Correlation				,643**	,652*	,468**	,557**	,230	,452*	,738**
	Sig. (2-tailed)	,074	,000		,000	,000	,009	,001	,222	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson	,465**	,570**	,643**	1						
	Correlation					,737*	,657**	,560**	,492**	,377*	,801**
	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,000		,000	,000	,001	,006	,040	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson	,243	,447*	,652**	,737**	1					
	Correlation						,601**	,580**	,528**	,581**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,195	,013	,000	,000		,000	,001	,003	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson	,642**	,350	,468**	,657**	,601*	1				
	Correlation							,740**	,689**	,567**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,058	,009	,000	,000		,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

VAR0007	Pearson Correlation	,454*	,391*	,557**	,560**	,580*	,740**	1	,597**	,833**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,012	,033	,001	,001	,001	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0008	Pearson Correlation	,349	,379*	,230	,492**	,528*	,689**	,597**	1	,705**	,720**
	Sig. (2-tailed)	,059	,039	,222	,006	,003	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR0009	Pearson Correlation	,176	,359	,452*	,377*	,581*	,567**	,833**	,705**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,352	,051	,012	,040	,001	,001	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,636**	,687**	,738**	,801**	,776*	,845**	,844**	,720**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4) Variabel Y

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	TOTAL
VAR00001 Pearson Correlation	1	,801**	,700**	,342	,463*	,613**	,170	,707**	,589**	,858**
		,000	,000	,065	,010	,000	,370	,000	,001	,000
		30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002 Pearson Correlation	,801**	1	,782**	,447*	,433*	,685**	,062	,708**	,636**	,861**
	,000		,000	,013	,017	,000	,746	,000	,000	,000
			30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003 Pearson Correlation	,700**	,782**	1	,551**	,387*	,581**	-,118	,462*	,477**	,721**
	,000	,000		,002	,035	,001	,533	,010	,008	,000
				30	30	30	30	30	30	30
VAR00004 Pearson Correlation	,342	,447*	,551**	1	,516**	,428*	-,036	,145	,355	,541**

	Sig. (2-tailed)	,065	,013	,002		,004	,018	,851	,443	,054	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00	Pearson										
005	Correlation	,463*	,433*	,387*	,516**	1	,659**	,320	,273	,420*	,693**
	Sig. (2-tailed)	,010	,017	,035	,004		,000	,084	,145	,021	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00	Pearson										
006	Correlation	,613**	,685**	,581**	,428*	,659**	1	,101	,478**	,622**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,018	,000		,594	,008	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00	Pearson										
007	Correlation	,170	,062	-,118	-,036	,320	,101	1	,216	,090	,361*
	Sig. (2-tailed)	,370	,746	,533	,851	,084	,594		,251	,638	,050
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00	Pearson										
008	Correlation	,707**	,708**	,462*	,145	,273	,478**	,216	1	,747**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	,443	,145	,008	,251		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00	Pearson										
009	Correlation	,589**	,636**	,477**	,355	,420*	,622**	,090	,747**	1	,763**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,008	,054	,021	,000	,638	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson										
	Correlation	,858**	,861**	,721**	,541**	,693**	,785**	,361*	,760**	,763**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,050	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil uji dari (70 Responden)

1) Variabel X1

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1 Pearson Correlation	1	,755**	,587**	,717**	,705**	,688**	,406**	,107	,837**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,377	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.2 Pearson Correlation	,755**	1	,499**	,692**	,715**	,690**	,520**	,217	,857**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,072	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.3 Pearson Correlation	,587**	,499**	1	,657**	,513**	,493**	,512**	,334**	,748**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,005	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.4 Pearson Correlation	,717**	,692**	,657**	1	,660**	,604**	,511**	,229	,836**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,056	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.5 Pearson Correlation	,705**	,715**	,513**	,660**	1	,709**	,530**	,110	,836**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,363	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.6 Pearson Correlation	,688**	,690**	,493**	,604**	,709**	1	,614**	,191	,846**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,113	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.7 Pearson Correlation	,406**	,520**	,512**	,511**	,530**	,614**	1	,177	,702**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,142	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.8 Pearson Correlation	,107	,217	,334**	,229	,110	,191	,177	1	,353**
Sig. (2-tailed)	,377	,072	,005	,056	,363	,113	,142		,003
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

TO	Pearson	,837**	,857**	,748**	,836**	,836**	,846**	,702**	,353**	1
TA	Correlation									
L	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	
N		70	70	70	70	70	70	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Variabel X2

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1 Pearson Correlation	1	,693**	,304*	,686**	,507**	,458**	,169	,080	,707**
Sig. (2- tailed)		,000	,010	,000	,000	,000	,163	,511	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.2 Pearson Correlation	,693**	1	,484**	,669**	,552**	,594**	,318**	,338**	,826**
Sig. (2- tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,007	,004	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.3 Pearson Correlation	,304*	,484**	1	,347**	,620**	,564**	,374**	,497**	,710**
Sig. (2- tailed)	,010	,000		,003	,000	,000	,001	,000	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.4 Pearson Correlation	,686**	,669**	,347**	1	,556**	,608**	,279*	,132	,777**
Sig. (2- tailed)	,000	,000	,003		,000	,000	,019	,274	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.5 Pearson Correlation	,507**	,552**	,620**	,556**	1	,649**	,239*	,293*	,775**
Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,046	,014	,000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.6 Pearson Correlation	,458**	,594**	,564**	,608**	,649**	1	,404**	,432**	,820**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.7	Pearson Correlation	,169	,318**	,374**	,279*	,239*	,404**	1	,707**	,568**
	Sig. (2-tailed)	,163	,007	,001	,019	,046	,001		,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X2.8	Pearson Correlation	,080	,338**	,497**	,132	,293*	,432**	,707**	1	,558**
	Sig. (2-tailed)	,511	,004	,000	,274	,014	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	,707**	,826**	,710**	,777**	,775**	,820**	,568**	,558**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3) Variabel X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,726**	,643**	,699**	,887**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X3.2	Pearson Correlation	,726**	1	,684**	,735**	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70
X3.3	Pearson Correlation	,643**	,684**	1	,667**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	70	70	70	70	70

X3.4	Pearson Correlation	,699**	,735**	,667**	1	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	,887**	,888**	,849**	,883**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	70	70	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4) Variabel Y

Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,848**	,778**	,177	,413**	,872**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,143	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
Y1.2	Pearson Correlation	,848**	1	,853**	,158	,505**	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,190	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
Y1.3	Pearson Correlation	,778**	,853**	1	,173	,429**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,152	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70
Y1.4	Pearson Correlation	,177	,158	,173	1	,325**	,415**
	Sig. (2-tailed)	,143	,190	,152		,006	,000
	N	70	70	70	70	70	70
Y1.5	Pearson Correlation	,413**	,505**	,429**	,325**	1	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,006		,000
	N	70	70	70	70	70	70
TOTAL	Pearson Correlation	,872**	,909**	,862**	,415**	,713**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	

N	70	70	70	70	70	70
---	----	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Output Uji Reliabilitas

1) Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,896	,891	8

2) Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,869	,867	8

3) Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,896	,900	4

4) Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,825	,814	5

4. Hasil Output Uji Normalitas Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,35572270
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,043
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

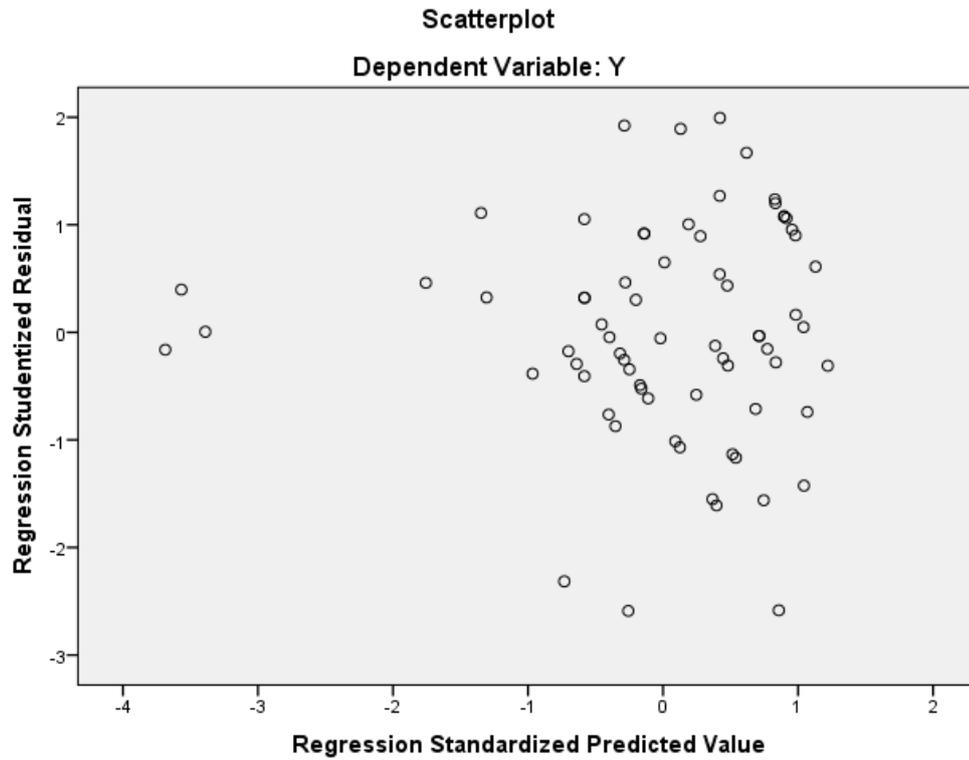
5. Hasil Output Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,468	2,136
	X2	,630	1,587
	X3	,410	2,439

a. Dependent Variable: Y

6. Hasil Output Uji Heteroskedastisitas



7. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,893 ^a	,798	,789	1,386

a. Predictors: (Constant), Gayahidup, Pengaruhsosial, Literasikeuangan

8. Hasil Output Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,993	,000
	Literasikeuangan	,069	,945
	Pengaruhsosial	2,100	,040
	Gayahidup	9,191	,000

a. Dependent Variable:
Keputusanmenggunakan

9. Hasil Output Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501,022	3	167,007	86,914	,000 ^b
	Residual	126,821	66	1,922		
	Total	627,843	69			

a. Dependent Variable: Keputusan menggunakan

b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Pengaruh sosial, Literasi keuangan

10. Hasil Output Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,270	1,320
	Literasi keuangan	,004	,054
	Pengaruh sosial	,079	,038
	Gaya hidup	,791	,086

a. Dependent Variable: Keputusan menggunakan

11. Lampiran Dokumentasi



12. Lampiran Permohonan Ijin Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185 website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id
Nomor : 08/Un.10.5/D1/TA.00.01/01/2024	02 Januari 2024
Sifat : Biasa	
Lamp. :-	
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian	
Yth : Pengusaha Alisa Khadijah ICMI Kota Semarang di tempat.	
<i>Assalamu'alaikum Wr. Wb.</i>	
Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset kepada :	
Nama	: VERNANDA WADYA NINGRUM
Nim	: 2005036024
Semester	: VIII
Jurusan / Prodi	: S1 Perbankan Syari'ah
Alamat	: Jatirejo Gunung Pati RT 02 RW 01
Tujuan Penelitian	: Mencari data untuk penyusunan Skripsi.
Judul Skripsi	: PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGARUH SOSIAL, GAYA HIDUP TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (PADA PENGUSAHA MUSLIMAH ALISA KHADIJAH KOTA SEMARANG).
Waktu Penelitian	: Minggu, 07 Januari 2024
Lokasi Penelitian	: Jl. Pahlawan 10 Semarang 50241 Jawa Tengah.
Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.	
<i>Wassalamu'alaikum Wr. Wb.</i>	
A.n. Dekan Wakil Dekan Bidang Akademik dan Lembaga,  <i>Muhammad Fatonih</i>	
Tembusan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Vernanda Wadya Ningrum
Tempat & Tanggal Lahir : Semarang, 07 February 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jatirejo Gunungpati RT 002/001, Kec. Gunungpati
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Handphone/WA : 088902896460
E-mail : vernandaningrum2002@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama : Kaswadi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama : Rumiati
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Alamat : Jatirejo Gunungpati RT 002/001, Kec. Gunungpati

PENDIDIKAN FORMAL

SD N Jatirejo (2008-2014)
SMP Al-Islam Gunungpati (2014-2017)
SMK Islamic Centre Baiturrahman Semarang (2017-2020)
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2020-2024)

