

BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

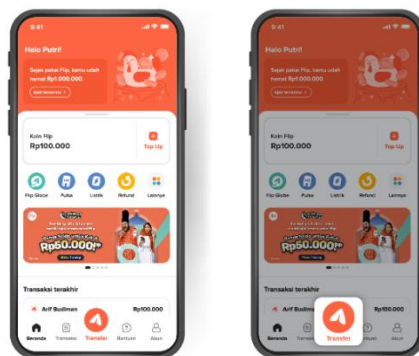
4.1 Gambaran Umum Aplikasi Flip

Aplikasi Flip didirikan di Indonesia pada tahun 2015 dengan tujuan untuk mempermudah proses keuangan sehari-hari bagi masyarakat Indonesia. Flip hadir dalam memberikan solusi atas permasalahan biaya admin yang berbeda ketika melakukan proses transfer antar bank, Bank-bank biasanya membebankan biaya admin kepada nasabah senilai Rp5.000-Rp6.500 per transaksi (Flip.id, 2022).



Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Flip
Sumber: (Flip, 2022)

Flip.id yang memiliki visi “Menjadi perusahaan paling *customer centric* yang membuat pengguna dapat melakukan transaksi finansial yang *fair* dari mana saja ke siapa saja” sudah mengantongi izin usaha yang terlisensi oleh Bank Indonesia dengan nomor izin 18/196/DKSP/68. Pada awalnya, Flip berfokus pada layanan pembayaran layanan transfer secara online. Seiring berjalannya waktu, Flip terus mengembangkan layanan dan fitur-fiturnya seperti pembayaran tagihan listrik, air, telepon, TV kabel, internet, dan tagihan lainnya.



Gambar 4. 2 Fitur Aplikasi Flip
Sumber: (Flip, 2022)

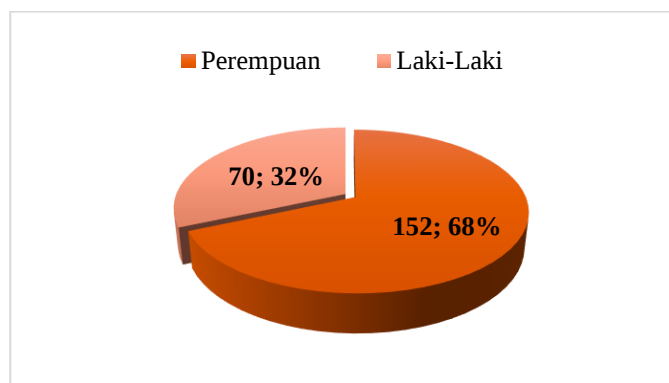
Secara keseluruhan, Flip adalah aplikasi fintech yang memudahkan pengguna dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Dengan fitur transfer uang instan, pembayaran tagihan, pengelolaan keuangan, dan investasi, aplikasi ini membantu pengguna untuk mengatur keuangan dengan lebih efisien dan memaksimalkan potensi pertumbuhan keuangan mereka. Objek penelitian ini dilakukan pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dan berdomisili di Jawa Barat.

4.2 Karakteristik Responden

Pada pembahasan ini akan menampilkan deskripsi terkait karakteristik dari responden yang sudah didapatkan seperti jenis kelamin, rentang usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, domisili, dan rata-rata pendapatan. Selain itu dalam penelitian ini juga akan menjelaskan korelasi atau relevansi karakteristik responden dengan data atau fakta yang ada.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pendeskripsian responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini diperlukan sebagai variabel pendukung penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Secara keseluruhan, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut:



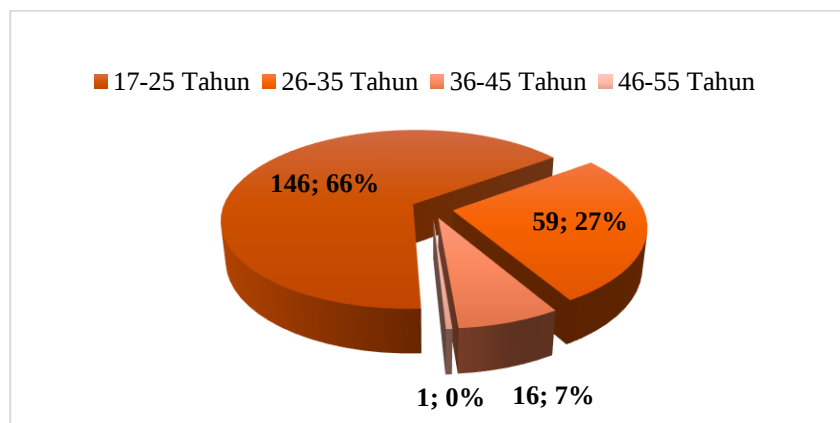
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (%)

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dalam proses transfer antar bank didominasi perempuan sebanyak 152 orang 68% dan laki-laki sebanyak 32%. Hal ini sejalan dengan survei penggunaan dompet digital yang didominasi oleh perempuan (Husaini, 2020). Hal tersebut disebabkan karena perempuan memiliki peran strategis dalam mengatur keuangan (OJK, 2021). Dengan demikian, *financial technology* dianggap mempermudah sehingga banyak digunakan oleh konsumen perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pendeskripsian responden berdasarkan usia dalam penelitian ini diperlukan sebagai variabel pendukung penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik responden berdasarkan usia. Secara keseluruhan, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut:



Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (%)

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dalam proses transfer antar bank didominasi usia 17-25 tahun sebanyak 66% atau sebanyak 146 orang. Sedangkan sisanya rentang usia 26-35 tahun berjumlah 27% atau sebanyak 59 orang dan rentang 36-45 tahun berjumlah 7% atau berjumlah 16 orang.

Dominan responden berusia dalam rentang usia 17-25 tahun dikarenakan penduduk di Jawa Barat didominasi oleh Generasi Z yang sudah melek digital (Widi, 2021). Rentang usia tersebut juga merupakan usia produktif, dimana mayoritas usia produktif aktif menggunakan internet (Yuliana, 2018). Dapat

Zahrah Fauziah, 2023

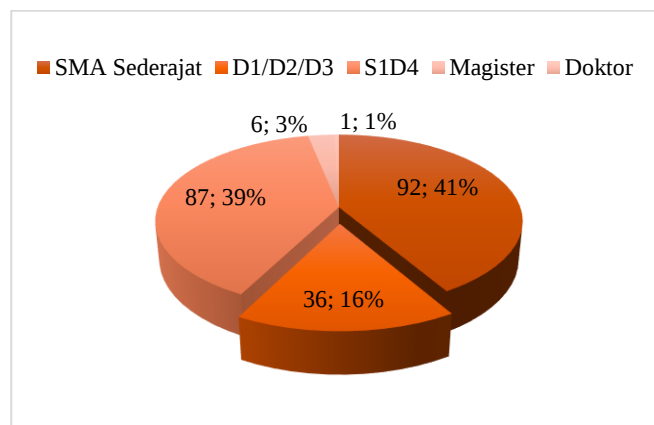
ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

disimpulkan bahwa rentang usia 17-25 tahun menganggap aplikasi Flip dapat mempermudah aktivitas khususnya dalam layanan transfer antar bank yang membebaskan biaya admin.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada bagian ini, peneliti akan mendeskripsikan karakteristik responden yang didapatkan dari hasil survei yang kemudian diolah penulis berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut:



Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir (%)

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan Gambar 4.5 dapat dilihat bahwa pada penelitian ini didominasi oleh responden berpendidikan terakhir SMA Sederajat sebanyak 41% atau 92 orang dan S1/D4 sebanyak 39% atau 87 orang. Hal ini disebabkan seseorang dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi mempengaruhi kecenderungan melek digital atau mampu beradaptasi cepat dengan perkembangan teknologi (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022b). Sehingga banyak dari mereka yang berpendidikan tinggi menggunakan layanan digital seperti aplikasi Flip dalam mempermudah transaksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini dengan cakap dapat menjawab pernyataan yang telah diberikan penulis.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

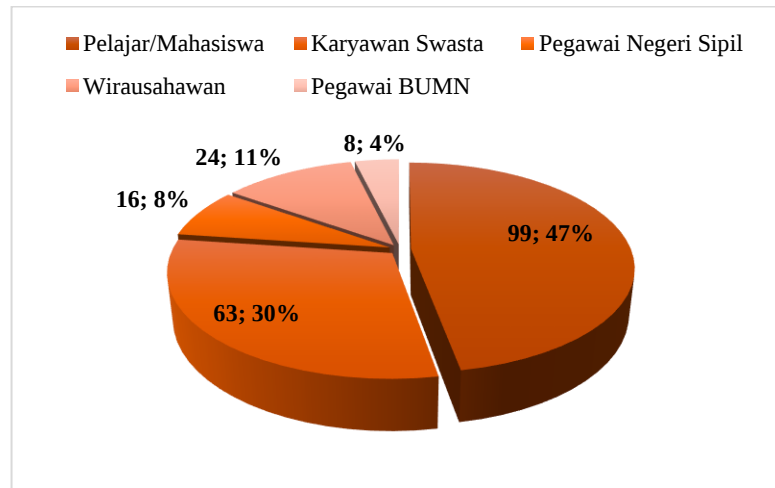
Pendeskripsian responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini diperlukan sebagai variabel pendukung penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menjelaskan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Secara keseluruhan, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.6 berikut:



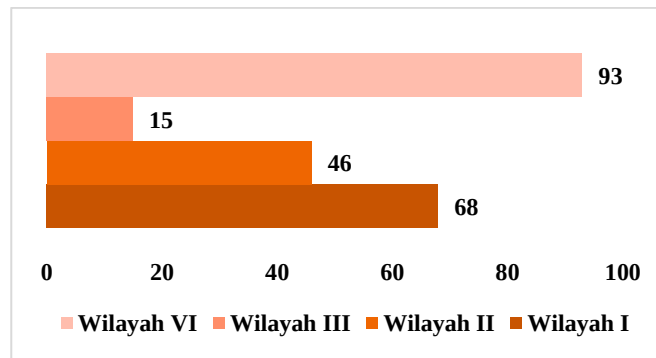
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan (%)

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Pada Gambar 4.6 dapat dilihat bahwa penelitian ini didominasi oleh responden pelajar/mahasiswa. Hal ini dikarenakan pelajar/mahasiswa termasuk kedalam Generasi Z atau juga Milenial yang juga masuk kedalam usia produktif (Yuliana, 2018). Sejalan dengan itu generasi muda yang didominasi pelajar/mahasiswa menunjukkan tren penggunaan, maka dari itu mereka menjadi target konsumen layanan *financial technology* untuk terus meningkatkan kualitasnya (Mone, 2022).

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Pendeskripsian responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini diperlukan sebagai variabel pendukung penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik responden berdasarkan domisili. Secara keseluruhan, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.7 berikut:



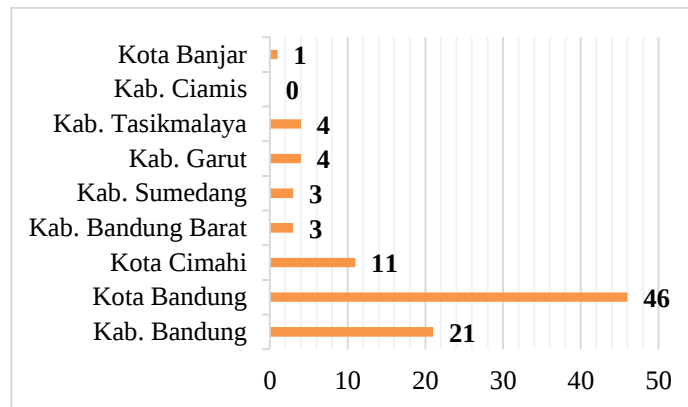
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Cakupan wilayah Jawa Barat dalam penelitian ini terdiri dari 4 wilayah dan dijabarkan sebagai berikut:

1. Wilayah I: Kab. Bogor, Kota Bogor, Kota Depok, Kab. Sukabumi, Kota Sukabumi dan Kab. Cianjur
2. Wilayah II: Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi dan Kota Bekasi
3. Wilayah III: Kab. Cirebon, Kota Cirebon, Kab. Indramayu, Kab. Majalengka dan Kab. Kuningan
4. Wilayah IV: Kab. Bandung, Kota Bandung, Kota Cimahi, Kab. Bandung Barat, Kab. Sumedang, Kab. Garut, Kab. Tasikmalaya, Kab. Ciamis dan Kota Banjar

Berdasarkan Gambar 4.7 dapat diketahui bahwa konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dalam proses transfer antar bank didominasi di Wilayah IV yakni sebesar 93 dibandingkan wilayah lain. Adapun apabila dilihat dari gambar dibawah, Kota Bandung dan Kab. Bandung responden yang paling banyak sebesar 46 dan 21 dibandingkan Kab. Cianjur, Kota Depok, Kab Bogor dari Wilayah I.



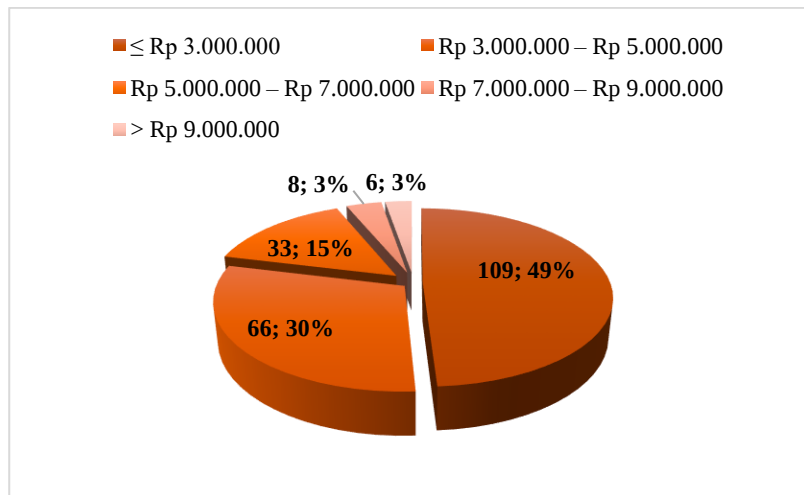
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah VI

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Dapat dilihat Gambar 4.8 karakteristik domisili yang lebih mendetail bahwa dari dominasi Wilayah VI yaitu Kota Bandung dan Kab. Bandung. Selain Kota Bandung merupakan ibu kota provinsi Jawa Barat dan menjadi pusat perekonomian di wilayah tersebut. Sejalan dengan itu, kepadatan penduduk di Wilayah VI Jawa Barat lebih tinggi dibandingkan wilayah lain sehingga kemudahan akses ke layanan keuangan dan aplikasi *financial technology* pada penduduk wilayah tersebut dapat lebih signifikan dibandingkan wilayah lain (Kusnandar, 2022). Hal ini terbukti karena Bandung menduduki peringkat satu dalam pengadopsian transaksi elektronik di Jawa Barat (Poltajabar, 2022a). Dapat diartikan perusahaan-perusahaan *financial technology* akan lebih fokus memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah yang padat penduduk, termasuk wilayah Kabupaten Bandung dan Kota Bandung.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendeskripsian responden berdasarkan pendapatan dalam penelitian ini diperlukan sebagai variabel pendukung penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan karakteristik responden berdasarkan pendapatan. Secara keseluruhan, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.9 berikut:



Gambar 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Pada Gambar 4.9 karakteristik responden berdasarkan pendapatan didominasi dibawah Rp3.000.000 sebanyak 49% atau 109 orang dan disusul pendapatan dalam rentang Rp3.000.000 – Rp5.000.000 sebesar 30% atau 66 orang. Hal ini dapat dibuktikan dari Upah Minimum Provinsi (UMP) di Jawa Barat tahun 2023 adalah sebesar Rp1.986.670,17 atau naik 7,88 persen dari tahun sebelumnya (Poltajabar, 2022b). Namun hal ini juga dikarenakan dominasi responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta yang rentang gajinya tidak jauh dari Rp3.742.276,48 (CIMB Niaga, 2021). Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *financial technology* menjadi salah satu pilihan dalam penghematan karena menawarkan fitur atau layanan bagi mereka yang pendapatannya terbatas.

4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

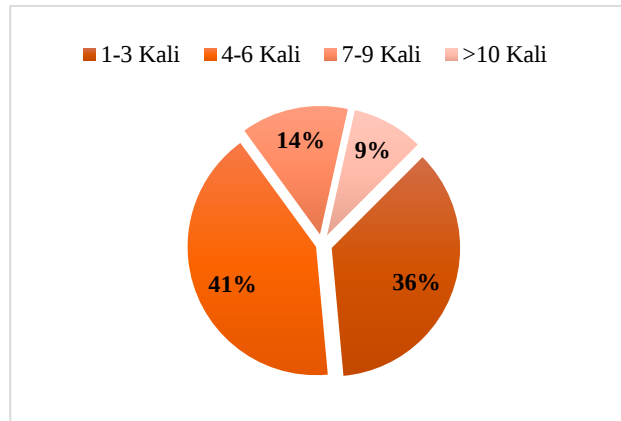
Aplikasi Flip

Pada bagian ini, peneliti akan mendeskripsikan karakteristik responden yang didapatkan dari hasil survei kemudian diolah penulis berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi layanan Flip selama sebulan, yang dapat dilihat pada Gambar 4.10 berikut:

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Flip

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Berdasarkan Gambar 4.10 frekuensi pengguna aplikasi Flip selama sebulan didominasi oleh responden yang memakai dalam rentang 4-6 kali sebanyak 41% atau 99 orang. Sejalan dengan itu, pada tahun 2022 Flip melaporkan telah melayani 12 juta pengguna individu.

4.3 Hasil Penelitian Deskriptif

Pada bagian ini akan dideskripsikan mengenai variabel-variabel penelitian yang didasarkan pada jawaban responden. Terdapat total 6 variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu tingkat *Price Value* (PV), tingkat *Facilitating Condition* (FC), tingkat *Habit* (H), tingkat *Behavioral Intention* (BI), tingkat *Sharia Financial Literacy* (SFL), dan Tingkat *Use Behavior* (UB). Berikut penjelasan gambaran umum dari masing-masing variabel dalam penelitian ini.

4.3.1 Tingkat *Price Value* (PV)

Suatu teknologi termasuk *financial technology* harus mengandung kemanfaatan yang dapat dirasakan para pengguna. Pengguna merasa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan manfaat yang dapat dirasakan untuk menikmati suatu aplikasi disebut dengan nilai harga atau *price value* (Venkatesh, 2012). Dalam permodelan UTAUT 2, *price value* termasuk konstruk baru yang dimasukkan. Apabila besarnya biaya yang dikeluarkan lebih kecil dari manfaat yang diterima dari penggunaan aplikasi, maka dapat dikatakan teknologi tersebut memiliki nilai harga yang berdampak positif.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pertama-tama akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai analisis deskriptif variabel tingkat *price value* berdasarkan karakteristik responden yang dianalisis dari hasil rata-rata skor masing-masing karakteristik pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Rata-rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat *Price Value*

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	70	32	5,96
Perempuan	152	68	6,09
Usia			
17-25 Tahun	146	66	6,05
26-35 Tahun	59	27	6,11
36-45 Tahun	16	7	6,00
46-55 Tahun	1	0	4,40
Pendidikan			
SMA Sederajat	92	41	6,08
D1/D2/D3	36	16	5,76
S1/D4	87	39	6,17
Magister	6	3	6,00
Doktor	1	0	4,40
Pekerjaan			
Pelajar/Mahasiswa	99	45	6,03
Karyawan Swasta	63	28	6,09
Pegawai Negeri Sipil	16	7	6,20
Wirausahawan	24	11	5,97
Pegawai BUMN	8	4	5,65
Ibu Rumah Tangga	6	3	6,13
Guru/Dosen	6	3	6,47
Penghasilan			
≤ Rp 3.000.000	109	49	6,00
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	66	30	6,09
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	33	15	6,10
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000	8	4	6,13
> Rp 9.000.000	6	3	6,20
Domisili			
Wilayah I	68	31	6,10
Wilayah II	46	21	7,09
Wilayah III	15	7	6,11
Wilayah VI	93	42	6,00
Frekuensi Penggunaan			
1-3 Kali	80	36	5,71
4-6 Kali	92	41	6,14
7-9 Kali	30	14	6,38
>10 Kali	20	9	6,19

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dapat dilihat pada Tabel 4.1 untuk variabel tingkat *price value* berdasarkan jenis kelamin, skor rata-rata yang dihasilkan lebih besar pada jenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki. Sejalan dengan temuan dari survei yang dilakukan Husaini (2020) yang mendapatkan penggunaan *digital payment* didominasi oleh perempuan. Menurut OJK (2021) fenomena ini dapat dijelaskan karena perempuan menjadi peran strategis dalam pengelolaan keuangan. Sebagai akibatnya, *financial technology* dianggap menjadi solusi yang mempermudah banyak konsumen perempuan dalam bertransaksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa *price value* dari aplikasi Flip dinilai lebih bagus oleh konsumen Muslim perempuan.

Sementara berdasarkan usia, responden dengan umur 26-35 tahun atau kaum milenial memiliki skor rata-rata tertinggi. Hal ini bisa diakibatkan karena rentang usia 26-35 tahun merupakan usia produktif. Sehingga mereka sudah membutuhkan jasa atau layanan tertentu untuk mengelola keuangan mereka (Farrel, 2021). Dapat disimpulkan dengan tingginya skor rata-rata pengguna konsumen muslim berumur 26-35 tahun menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi layanan transfer antar bank.

Pendidikan terakhir pada Tabel 4.1, responden dengan pendidikan terakhir S1/D4 memiliki skor rata-rata tertinggi. Sejalan dengan hasil yang didapat, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022a) juga mengatakan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk menjadi lebih melek digital dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dengan Pendidikan terakhir S1 memiliki penilaian yang lebih tinggi terhadap *price value* dibandingkan dengan responden dengan pendidikan terakhir lain.

Kemudian berdasarkan pekerjaan didapatkan bahwa responden dengan pekerjaan guru atau dosen memiliki skor rata-rata tertinggi dalam variabel *price value* aplikasi Flip. Hal ini bisa diakibatkan profesi guru atau dosen dan teknologi tidak dapat terpisahkan dalam proses transfer ilmu kepada murid (Mawarni, 2022).

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterkaitan ini mungkin juga tercermin dalam berbagai aktivitas mereka, termasuk dalam pengadopsian *financial technology* yaitu aplikasi Flip.

Sementara jika dilihat dari pendapatan, responden dengan pendapatan >Rp9.000.000 memiliki skor rata-rata yang paling tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa responden dengan pendapatan diatas Rp9.000.000 memberikan penilaian tertinggi untuk *price value* aplikasi Flip jika dibandingkan dengan responden lain. Dimana hal ini menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi digital mereka.

Selanjutnya, apabila dilihat dari domisili, skor tertinggi responden berasal pada Wilayah II: Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi dan Kota Bekasi. Hal ini sejalan dengan Kab. Bekasi yang mendapatkan posisi kategori Pemerintah Daerah terbaik dalam penerapan digitalisasi (Akbar, 2021). Menurut data BPS Jawa Barat tahun 2020 yang sudah di update bulan Maret 2022, Kab. Karawang dan Kab. Bekasi tercatat jumlah penduduk padat dan termasuk daerah terkaya di Jawa Barat (Latifah, 2023). Sehingga perusahaan-perusahaan *financial technology*

akan lebih fokus untuk memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah yang padat penduduk, termasuk di Wilayah II.

Adapun yang terakhir, apabila dilihat dari skor rata-rata frekuensi penggunaan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip adalah 7-9 kali. Sejalan dengan hal tersebut, Flip melaporkan telah membantu 12 juta pengguna yang memproses berbagai kebutuhan transaksi keuangan selama tujuh tahun (Media Indonesia, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan bertransaksi digital dari para pengguna.

Selanjutnya, ketentuan mengenai tinggi atau rendahnya variabel tingkat *price value* pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dilandaskan pada hasil jawaban yang diberikan oleh seluruh responden. Pada penelitian ini, variabel *price value* diukur melalui 5 (lima) pertanyaan yang diajukan kepada 222 responden. Sesuai dengan rumus yang sebelumnya telah dituliskan pada Bab III,

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

maka hasil perhitungan kategori setiap item pertanyaan untuk variabel tingkat *price value* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Kategori Variabel *Price Value* untuk Skor Tiap Item Pertanyaan

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 555$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$555 \leq X \leq 777$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$777 \leq X \leq 999$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$999 \leq X \leq 1221$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 1221$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Tabel 4.2 merupakan rekapitulasi skor pada variabel tingkat *price value* untuk setiap item pertanyaan. Sesuai dengan skala yang ada pada Tabel 4.2, maka hasil jawaban responden dan jenis kategori dari setiap pertanyaan untuk variabel tingkat *price value* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat *Price Value*

No	SKOR														Total	Kategori
	1		2		3		4		5		6		7			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	0	0	1	2	1	3	11	44	38	190	96	576	75	525	1340	ST
2	0	0	0	0	1	3	10	40	45	225	100	600	66	462	1330	ST
3	0	0	0	0	4	12	12	48	46	230	71	426	89	623	1339	ST
4	0	0	0	0	3	9	14	56	32	160	85	510	88	616	1351	ST
5	0	0	1	2	3	9	12	48	30	150	83	498	93	651	1358	ST
	0		4		36		236		955		2610		2877		6718	ST

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

SR: Sangat Rendah

R: Rendah

S: Sedang

T: Tinggi

ST: Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.3 diketahui bahwa rekapitulasi jawaban responden konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada variabel tingkat *price value* seluruhnya menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor total tiap item pertanyaan berada pada rentang ≥ 1221 . Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada PV5 yang menanyakan mengenai nilai kemanfaatan yang didapat dari biaya admin yang dikenakan pada aplikasi Flip kepada konsumen muslim. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah ada pada PV2 yang menanyakan terkait kualitas teknologi aplikasi Flip dibandingkan aplikasi lain.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, hasil perhitungan skala kategori untuk variabel tingkat *price value* secara keseluruhan dengan menggunakan rumus yang serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Kategori Variabel Tingkat Price Value untuk Skor Variabel

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 2775$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$2775 \leq X \leq 3885$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$3885 \leq X \leq 4995$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$4995 \leq X \leq 6105$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 6105$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa untuk total skor variabel pada tingkat *price value* menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor berada pada rentang sangat tinggi karena skor berada pada rentang $X \geq 6105$. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *price value* pada aplikasi Flip sudah baik atau sesuai dengan harapan pengguna khususnya konsumen muslim. Setelah menentukan kategori variabel tingkat *price value* per item pertanyaan dan secara keseluruhan, langkah selanjutnya adalah melihat jumlah responden per kategori pada variabel tingkat *price value* yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Price Value Tiap Responden

Skala	Rentang	Kategori	F	R
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 13$	Sangat Rendah	0	0,0%
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$13 \leq X \leq 18$	Rendah	1	0,5%
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$18 \leq X \leq 23$	Sedang	10	4,5%
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$23 \leq X \leq 28$	Tinggi	46	20,7%
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 28$	Sangat Tinggi	165	74,3%
Total			222	

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

F = Frekuensi, R = Persentase

Sebagaimana Tabel 4.5, didapatkan data bahwa tiap responden pada variabel tingkat *price value* secara dominan berada pada kategori sangat tinggi pada aplikasi Flip. Tingginya tingkat *price value* pada penelitian ini menunjukkan bahwa beban biaya admin yang dibebankan pada aplikasi Flip sepadan dengan manfaat dan sesuai dengan harapan konsumen muslim dalam mendapatkan layanan transfer antar bank.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI FINANCIAL TECHNOLOGY FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, makna kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi pada variabel tingkat *price value* dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat *Price Value*

Kategori	Makna
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>price value</i> (PV) merupakan responden yang sangat rendah dalam meyakini bahwa kualitas teknologi dan nilai manfaat sepadan dengan beban biaya admin yang dikenakan aplikasi Flip.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel tingkat <i>price value</i> (PV) merupakan responden yang rendah dalam meyakini bahwa kualitas teknologi dan nilai manfaat sepadan dengan beban biaya admin yang dikenakan aplikasi Flip.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel tingkat <i>price value</i> (PV) merupakan responden yang sedang dalam meyakini bahwa kualitas teknologi dan nilai manfaat sepadan dengan beban biaya admin yang dikenakan aplikasi Flip.
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel tingkat <i>price value</i> (PV) merupakan responden yang tinggi dalam meyakini bahwa kualitas teknologi dan nilai manfaat sepadan dengan beban biaya admin yang dikenakan aplikasi Flip.
Sangat Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel tingkat <i>price value</i> (PV) merupakan responden yang sangat tinggi dalam meyakini bahwa kualitas teknologi dan nilai manfaat sepadan dengan beban biaya admin yang dikenakan aplikasi Flip.

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.3.2 Tingkat *Facilitating Condition* (FC)

Facilitating Condition merupakan persepsi seseorang bahwa infrastruktur organisasi maupun teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan teknologi, khususnya dalam penggunaan aplikasi Flip (Venkatesh, 2003). Selain itu, pengguna memerlukan *facilitating condition* yang baik seperti layanan seluler yang berfungsi, ketersediaan pusat informasi pada aplikasi, dan juga keterampilan operasional yang diperlukan (Penney, 2021). Apabila pengguna tidak memiliki sumber daya tersebut, mereka tidak akan mengadopsi suatu teknologi.

Pertama-tama akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai analisis deskriptif variabel tingkat *facilitating condition* berdasarkan karakteristik responden yang dianalisis dari hasil rata-rata skor masing-masing karakteristik pada Tabel 4.7.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 7 Rata-rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat *Facilitating Condition*

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	70	32	5,92
Perempuan	152	68	6,04
Usia			
17-25 Tahun	146	66	5,92
26-35 Tahun	59	27	6,17
36-45 Tahun	16	7	6,11
46-55 Tahun	1	0	5,33
Pendidikan			
SMA Sederajat	92	41	5,93
D1/D2/D3	36	16	5,78
S1/D4	87	39	6,16
Magister	6	3	5,53
Doktor	1	0	5,33
Pekerjaan			
Pelajar/Mahasiswa	99	45	5,84
Karyawan Swasta	63	28	6,17
Pegawai Negeri Sipil	16	7	6,24
Wirausahawan	24	11	5,95
Pegawai BUMN	8	4	5,94
Ibu Rumah Tangga	6	3	6,14
Guru/Dosen	6	3	6,36
Penghasilan			
≤ Rp 3.000.000	109	49	5,83
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	66	30	6,15
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	33	15	6,18
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000	8	4	5,98
> Rp 9.000.000	6	3	6,36
Domisili			
Wilayah I	68	31	6,13
Wilayah II	46	21	7,14
Wilayah III	15	7	6,07
Wilayah VI	93	42	5,84
Frekuensi Penggunaan			
1-3 Kali	80	36	5,65
4-6 Kali	92	41	6,11
7-9 Kali	30	14	6,40
>10 Kali	20	9	5,92

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Dapat dilihat pada Tabel 4.7 untuk variabel tingkat *facilitating condition* berdasarkan jenis kelamin, skor rata-rata yang dihasilkan lebih besar pada jenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki. Hal tersebut menunjukkan bahwa *facilitating condition* dari aplikasi Flip dinilai lebih bagus oleh konsumen Muslim perempuan. Menurut OJK (2021), situasi ini dapat dijelaskan karena perempuan

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memainkan peran strategis dalam mengelola keuangan. Akibatnya, penggunaan *financial technology* dianggap sebagai solusi yang memudahkan banyak konsumen perempuan dalam hal bertransaksi. Faktor ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dinilai memiliki nilai *facilitating condition* yang lebih baik oleh konsumen Muslim perempuan.

Sementara berdasarkan usia, responden dengan umur 26-35 tahun atau kaum milenial memiliki skor rata-rata tertinggi. Hal ini bisa diakibatkan karena rentang usia 26-35 tahun merupakan usia produktif. Sehingga mereka sudah membutuhkan jasa atau layanan tertentu untuk mengelola keuangan mereka (Kompas.com, 2021). Dapat disimpulkan dengan tingginya skor rata-rata pengguna konsumen muslim menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi layanan transfer antar bank.

Hasil dari Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir S1/D4 memiliki skor rata-rata tertinggi. Sesuai dengan temuan tersebut, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022a) juga menyatakan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi digital seseorang dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, hal ini mengindikasikan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir S1/D4 memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap *facilitating condition* dibandingkan dengan responden dengan tingkat pendidikan terakhir lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa responden yang berprofesi sebagai guru atau dosen memiliki skor rata-rata tertinggi dalam variabel *facilitating condition* aplikasi Flip. Fenomena ini kemungkinan disebabkan oleh keterkaitan yang erat antara profesi guru atau dosen dengan teknologi dalam proses mentransfer ilmu kepada murid (Mawarni, 2022). Hubungan ini juga mungkin tercermin dalam berbagai aktivitas mereka, termasuk dalam penggunaan aplikasi Flip sebagai bagian dari pengadopsian *financial technology*. Sementara skor rata-rata yang paling rendah dalam variabel *facilitating condition* aplikasi Flip pada penelitian ini adalah Pegawai BUMN.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sementara jika dilihat dari pendapatan, responden dengan pendapatan >Rp9.000.000 memiliki skor rata-rata yang paling tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa responden dengan pendapatan diatas Rp9.000.000 memberikan penilaian tertinggi untuk *facilitating condition* aplikasi Flip jika dibandingkan dengan responden lain. Dimana hal ini menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi digital mereka.

Selanjutnya, apabila dilihat dari domisili, skor tertinggi dari responden terlihat berasal dari Wilayah II, yang mencakup Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi. Hal ini sejalan dengan fakta bahwa Kab. Bekasi telah diakui sebagai salah satu Pemerintah Daerah terbaik dalam penerapan digitalisasi (Akbar, 2021). Data dari BPS Jawa Barat tahun 2020 yang diperbarui pada Maret 2022 menunjukkan bahwa Kab. Karawang dan Kab. Bekasi memiliki jumlah penduduk yang padat dan merupakan daerah yang kaya di Jawa Barat (Latifah, 2023). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan *financial technology* cenderung lebih fokus dalam memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah yang padat penduduk, termasuk di Wilayah II.

Adapun yang terakhir, apabila dilihat dari skor rata-rata frekuensi penggunaan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip adalah 7-9 kali. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan bertransaksi digital dari para pengguna.

Selanjutnya, ketentuan mengenai tinggi atau rendahnya variabel tingkat *facilitating condition* pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dilandaskan pada hasil jawaban yang diberikan oleh seluruh responden. Pada penelitian ini, variabel *facilitating condition* diukur melalui 6 (enam) pertanyaan yang diajukan kepada 222 responden. Sesuai dengan rumus yang sebelumnya telah dituliskan pada Bab III, maka hasil perhitungan kategori setiap item pertanyaan untuk variabel tingkat *facilitating condition* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Kategori Variabel Tingkat *Facilitating Condition* untuk Skor Tiap Item Pertanyaan

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 555$	Sangat Rendah

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Skala	Rentang	Kategori
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$555 \leq X \leq 777$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$777 \leq X \leq 999$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$999 \leq X \leq 1221$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 1221$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Tabel 4.8 merupakan rekapitulasi skor pada variabel tingkat *facilitating condition* untuk setiap item pertanyaan. Sesuai dengan skala yang ada pada Tabel 4.8, maka hasil jawaban responden dan jenis kategori dari setiap pertanyaan untuk variabel tingkat *facilitating condition* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat *Facilitating Condition*

No	SKOR														Total	Kategori
	1		2		3		4		5		6		7			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	0	0	0	0	4	12	12	48	44	220	91	546	71	497	1323	ST
2	0	0	1	2	0	0	8	32	40	200	85	510	88	616	1360	ST
3	0	0	0	0	3	9	9	36	40	200	94	564	76	532	1341	ST
4	1	1	5	10	5	15	12	48	55	275	74	444	70	490	1283	ST
5	0	0	0	0	2	6	7	28	45	225	83	498	85	595	1352	ST
6	0	0	1	2	1	3	16	64	32	160	102	612	85	595	1436	ST
Total	1		14		45		256		1280		3174		3325		8095	ST

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

SR: Sangat Rendah

R: Rendah

S: Sedang

T: Tinggi

ST: Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.9 diketahui bahwa rekapitulasi jawaban responden konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada variabel tingkat *facilitating condition* seluruhnya menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor total tiap item pertanyaan berada pada rentang ≥ 1221 . Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada FC6 yang menanyakan mengenai kompatibilitas aplikasi Flip dengan sistem lain yang responden gunakan seperti *mobile banking* atau ATM. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah ada pada FC4 yang menanyakan mengenai keterpengaruhan saya oleh pendapat seorang teman, keluarga, atau kerabat dalam menggunakan aplikasi Flip.

Berikutnya, hasil perhitungan skala kategori untuk variabel tingkat *facilitating condition* secara keseluruhan dengan menggunakan rumus yang serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 10 Kategori Variabel *Facilitating Condition* untuk Skor Variabel

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 3330$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$3330 \leq X \leq 4662$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$4622 \leq X \leq 5994$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$5994 \leq X \leq 7326$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 7326$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa untuk total skor variabel pada tingkat *facilitating condition* menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor berada pada rentang sangat tinggi karena skor berada pada rentang $X \geq 7326$. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *facilitating condition* pada aplikasi Flip sudah baik atau sesuai dengan harapan konsumen muslim. Setelah menentukan kategori variabel tingkat *facilitating condition* per item pertanyaan dan secara keseluruhan, langkah selanjutnya adalah melihat jumlah responden per kategori pada variabel tingkat *facilitating condition* yang dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat *Facilitating Condition* Tiap Responden

Skala	Rentang	Kategori	F	R
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 15$	Sangat Rendah	0	0,0%
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$15 \leq X \leq 21$	Rendah	0	0,0%
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$21 \leq X \leq 27$	Sedang	7	3,2%
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$27 \leq X \leq 33$	Tinggi	47	21,2%
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 33$	Sangat Tinggi	168	75,7%
Total			222	

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

F = Frekuensi, R = Persentase

Sebagaimana Tabel 4.11, didapatkan data bahwa tiap responden pada variabel tingkat *facilitating condition* secara dominan berada pada kategori sangat tinggi pada aplikasi Flip. Tingginya tingkat *facilitating condition* pada penelitian ini menunjukkan bahwa infrastruktur dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan aplikasi Flip.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, makna kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi pada variabel tingkat *facilitating condition* dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat *Facilitating Condition*

Kategori	Makna
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>facilitating condition</i> (FC) merupakan responden yang sangat kurang yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan aplikasi Flip.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel tingkat <i>facilitating condition</i> (FC) merupakan responden yang kurang yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan aplikasi Flip.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel tingkat <i>facilitating condition</i> (FC) merupakan responden cukup yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan aplikasi Flip.
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel tingkat <i>facilitating condition</i> (FC) merupakan responden yang yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan aplikasi Flip.
Sangat Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel tingkat <i>facilitating condition</i> (FC) merupakan responden yang sangat yakin bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang tersedia dapat mendukung penggunaan aplikasi Flip.

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.3.3 Tingkat *Habit* (H)

Habit merupakan kebiasaan seseorang dalam melakukan suatu perilaku secara otomatis karena pernah menggunakan suatu teknologi tersebut dalam kesehariannya (Venkatesh, 2012). Dengan kata lain, kebiasaan mengacu pada sejauh mana seseorang melakukan perilaku tertentu secara terus menerus. Pertama-tama akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai analisis deskriptif variabel tingkat *habit* pada Tabel 4.13.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 13 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat *Habit*

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	70	32	5,80
Perempuan	152	68	5,79
Usia			
17-25 Tahun	146	66	5,68
26-35 Tahun	59	27	6,07
36-45 Tahun	16	7	5,79
46-55 Tahun	1	0	6,00
Pendidikan			
SMA Sederajat	92	41	5,60
D1/D2/D3	36	16	5,77
S1/D4	87	39	5,98
Magister	6	3	5,45
Doktor	1	0	4,57
Pekerjaan			
Pelajar/Mahasiswa	99	45	5,54
Karyawan Swasta	63	28	6,03
Pegawai Negeri Sipil	16	7	6,07
Wirausahawan	24	11	0,00
Pegawai BUMN	8	4	5,82
Ibu Rumah Tangga	6	3	6,00
Guru/Dosen	6	3	5,95
Penghasilan			
≤ Rp 3.000.000	109	49	5,10
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	66	30	5,24
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	33	15	1,77
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000	8	4	0,00
> Rp 9.000.000	6	3	0,00
Domisili			
Wilayah I	68	31	5,24
Wilayah II	46	21	6,10
Wilayah III	15	7	5,13
Wilayah VI	93	42	3,00
Frekuensi Penggunaan			
1-3 Kali	80	36	5,42
4-6 Kali	92	41	5,88
7-9 Kali	30	14	6,12
>10 Kali	20	9	6,39

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 4.13, skor rata-rata jenis kelamin untuk variabel *habit* didominasi oleh laki-laki. Hal tersebut sejalan dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi laki-laki di Indonesia lebih tinggi dibandingkan perempuan (Sadya, 2023). Penyebabnya laki-laki mungkin lebih terampil dalam menggunakan teknologi informasi dan

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

komunikasi, termasuk perangkat mobile dan aplikasi *financial technology* (Puspita, 2022). Tingkat keterampilan teknologi ini dapat mempengaruhi kecenderungan mereka untuk mengadopsi *financial technology* salah satunya aplikasi Flip dalam mengatur keuangan mereka.

Berdasarkan kelompok usia, responden yang berusia antara 26 hingga 35 tahun, atau biasa disebut kaum milenial, menunjukkan skor rata-rata tertinggi dalam penelitian ini. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh fakta bahwa rentang usia 26-35 tahun dianggap sebagai masa produktif dalam kehidupan seseorang. Pada masa ini, mereka cenderung lebih membutuhkan jasa atau layanan khusus untuk mengelola keuangan mereka dengan baik (Farrel, 2021). Dapat disimpulkan, tingginya skor rata-rata di antara kelompok usia 26-35 menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip mampu memenuhi kebutuhan transaksi layanan transfer secara lebih mudah dan efisien.

Hasil dari Tabel 4.13, terlihat bahwa responden yang mencapai pendidikan S1/D4 menunjukkan skor rata-rata yang paling tinggi. Temuan ini konsisten dengan pernyataan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada tingkat literasi digital seseorang dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1/D4 memberikan penilaian yang lebih positif terhadap *habit* dibandingkan dengan responden dengan tingkat pendidikan lainnya.

Berdasarkan pekerjaan, skor rata-rata tertinggi didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil. Hal ini dapat terjadi karena PNS dituntut untuk dapat berinovasi khususnya dalam mengembangkan kemampuannya untuk memanfaatkan teknologi informasi (Sulistyo, 2021). Penyebab lainnya karena sebagai PNS memiliki beragam kewajiban keuangan seperti membayar pajak, tagihan, atau transfer lain. Maka dari itu, *financial technology* khususnya aplikasi Flip dapat membantu mereka melakukan dengan mudah dan efisien tanpa harus mengunjungi fisik lembaga keuangan.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pada tabel skor rata-rata pendapatan yang tertinggi didominasi pada rentang Rp3.500.000- Rp5.000.000. Hal ini dikarenakan, Upah Minimum Provinsi (UMP) di Jawa Barat tahun 2023 mencapai yang mencapai Rp1.986.670,17, mengalami peningkatan sebesar 7,88 persen dari tahun sebelumnya (Poltajabar, 2022b). Namun, perlu diperhatikan bahwa dominasi responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta dengan kisaran gaji sekitar Rp3.742.276,48 (CIMB Niaga, 2021) juga turut berperan dalam hal ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *financial technology* menjadi salah satu alternatif untuk menghemat pengeluaran karena menyediakan berbagai fitur dan layanan yang sesuai dengan kondisi pendapatan terbatas para pengguna.

Selanjutnya, bila melihat dari lokasi domisili, responden menunjukkan skor tertinggi berasal dari Wilayah II, yang mencakup Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi. Temuan ini sejalan dengan fakta bahwa Kab. Bekasi telah diakui sebagai salah satu daerah terbaik dalam menerapkan digitalisasi (Akbar, 2021). Data dari BPS Jawa Barat tahun 2020 yang diperbarui pada Maret 2022 juga menunjukkan bahwa Kab. Karawang dan Kab. Bekasi memiliki populasi yang padat dan merupakan daerah yang kaya di Jawa Barat (Latifah, 2023). Karenanya, perusahaan-perusahaan *financial technology* cenderung lebih berfokus pada memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, termasuk di Wilayah II.

Adapun yang terakhir, apabila dilihat dari skor rata-rata frekuensi penggunaan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip adalah >10 kali. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan bertransaksi digital dari para pengguna

Selanjutnya, ketentuan mengenai tinggi atau rendahnya variabel tingkat *habit* pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dilandaskan pada hasil jawaban yang diberikan oleh seluruh responden. Pada penelitian ini, variabel *habit* diukur melalui 7 (tujuh) pertanyaan yang diajukan kepada 222 responden. Sesuai dengan rumus yang sebelumnya telah dituliskan pada Bab III, maka hasil

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perhitungan kategori setiap item pertanyaan untuk variabel tingkat *habit* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Kategori Variabel Tingkat *Habit* untuk Skor Tiap Item Pertanyaan

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 555$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$555 \leq X \leq 777$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$777 \leq X \leq 999$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$999 \leq X \leq 1221$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 1221$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Tabel 4.14 merupakan rekapitulasi skor pada variabel tingkat *habit* untuk setiap item pertanyaan. Sesuai dengan skala yang ada pada Tabel 4.14, maka hasil jawaban responden dan jenis kategori dari setiap pertanyaan untuk variabel tingkat *habit* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat *Habit*

No	SKOR														Total	Kategori
	1		2		3		4		5		6		7			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	0	0	0	0	7	21	21	84	36	180	81	486	77	539	1310	ST
2	1	1	2	4	6	18	16	64	57	285	71	426	69	483	1281	ST
3	1	1	2	4	11	33	15	60	54	270	85	510	54	378	1256	ST
4	1	1	5	10	10	30	18	72	37	185	73	438	78	546	1282	ST
5	5	5	12	24	10	30	18	72	42	210	77	462	58	406	1209	ST
6	0	0	0	0	4	12	12	48	43	215	81	486	82	574	1335	ST
7	0	0	1	2	6	18	11	44	46	230	75	450	83	581	1325	ST
Total	8		42		132		352		1130		2322		2352		7673	ST

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

SR: Sangat Rendah

R: Rendah

S: Sedang

T: Tinggi

ST: Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.15 diketahui bahwa rekapitulasi jawaban responden konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada variabel tingkat *habit* seluruhnya menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor total tiap item pertanyaan berada pada rentang ≥ 1221 .

Berikutnya, hasil perhitungan skala kategori untuk variabel tingkat *habit* secara keseluruhan dengan menggunakan rumus yang serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 16 Kategori Variabel *Habit* untuk Skor Variabel

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 3885$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$3885 < X \leq 5439$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$5439 < X \leq 6993$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$6993 < X \leq 8547$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 8547$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa untuk total skor variabel pada tingkat *habit* menunjukkan kategori tinggi karena skor berada pada rentang $6993 \leq X \leq 8547$. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *habit* pada aplikasi Flip sudah baik atau sesuai dengan harapan konsumen muslim. Setelah menentukan kategori variabel tingkat *habit* per item pertanyaan dan secara keseluruhan, langkah selanjutnya adalah melihat jumlah responden per kategori pada variabel tingkat *habit* yang dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4. 17 Kategori dan Rekapitulasi Tingkat *Habit* Tiap Responden

Skala	Rentang	Kategori	F	R
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 18$	Sangat Rendah	1	0,5%
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$18 < X \leq 25$	Rendah	4	1,8%
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$25 < X \leq 32$	Sedang	19	8,6%
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$32 < X \leq 39$	Tinggi	54	24,3%
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 39$	Sangat Tinggi	144	64,9%
Total			222	

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

F = Frekuensi, R = Persentase

Sebagaimana Tabel 4.17, didapatkan data bahwa tiap responden pada variabel tingkat *habit* secara dominan berada pada kategori sangat tinggi pada aplikasi Flip. Tingginya tingkat *habit* pada penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Flip sudah menjadi kebiasaan responden karena dirasa sesuai dengan harapan mereka.

Berikutnya, makna kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi pada variabel tingkat *habit* dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 4.18.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 18 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat *Habit*

Kategori	Makna
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>habit</i> (H) merupakan responden yang sangat kurang yakin bahwa penggunaan aplikasi Flip sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel tingkat <i>habit</i> (H) merupakan responden yang kurang yakin bahwa penggunaan aplikasi Flip sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel tingkat <i>habit</i> (H) merupakan responden yang cukup yakin bahwa penggunaan aplikasi Flip sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan.
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel tingkat <i>habit</i> (H) merupakan responden yang yakin bahwa penggunaan aplikasi Flip sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan.
Sangat Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel tingkat <i>habit</i> (H) merupakan responden yang sangat yakin bahwa penggunaan aplikasi Flip sudah menjadi kebiasaan yang sering dilakukan.

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.3.4 Tingkat *Behavioral Intention* (BI)

Behavioral Intention merupakan keinginan pengguna dalam menggunakan aplikasi Flip yang ada dengan asumsi pengguna memiliki akses terhadap informasi (Venkatesh, 2012). Variabel *behavioral intention* memainkan peran penting karena niat perilaku untuk menggunakan suatu teknologi tersebut. Oleh karena itu, mengukur niat perilaku memberikan pandangan awal tentang apakah seseorang cenderung menggunakan teknologi tersebut di masa mendatang.

Pertama-tama akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai analisis deskriptif variabel tingkat *behavioral intention* berdasarkan karakteristik responden yang dianalisis dari hasil rata-rata skor masing-masing karakteristik pada Tabel 4.19.

Tabel 4. 19 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat *Behavioral Intention*

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	70	32	5,97
Perempuan	152	68	5,92
Usia			
17-25 Tahun	146	66	5,84
26-35 Tahun	59	27	6,17

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Karakteristik Responden	N	%	Mean
36-45 Tahun	16	7	6,04
46-55 Tahun	1	0	5,60
Pendidikan			
SMA Sederajat	92	41	5,82
D1/D2/D3	36	16	5,83
S1/D4	87	39	6,11
Magister	6	3	5,60
Doktor	1	0	5,60
Pekerjaan			
Pelajar/Mahasiswa	99	45	5,73
Karyawan Swasta	63	28	6,07
Pegawai Negeri Sipil	16	7	6,14
Wirausahawan	24	11	6,16
Pegawai BUMN	8	4	5,93
Ibu Rumah Tangga	6	3	6,13
Guru/Dosen	6	3	6,47
Penghasilan			
≤ Rp 3.000.000	109	49	5,72
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	66	30	6,12
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	33	15	6,17
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000	8	4	6,20
> Rp 9.000.000	6	3	6,30
Domisili			
Wilayah I	68	31	6,09
Wilayah II	46	21	7,07
Wilayah III	15	7	6,05
Wilayah VI	93	42	5,74
Frekuensi Penggunaan			
1-3 Kali	80	36	5,59
4-6 Kali	92	41	6,01
7-9 Kali	30	14	6,38
>10 Kali	20	9	6,34

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan data yang terdapat dalam Tabel 4.19, skor rata-rata untuk variabel *behavioural intention* menunjukkan dominasi oleh laki-laki. Temuan ini sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yang menunjukkan bahwa tingkat penetrasi penggunaan internet pada laki-laki di Indonesia lebih tinggi daripada perempuan (Sadya, 2023). Salah satu penyebabnya mungkin karena laki-laki memiliki tingkat keterampilan yang lebih tinggi dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk perangkat mobile dan aplikasi *financial technology* (Puspita, 2022). Tingkat keterampilan teknologi yang lebih tinggi ini kemungkinan mempengaruhi

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kecenderungan mereka akan mengadopsi *financial technology*, termasuk aplikasi Flip, dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Berdasarkan kelompok usia, responden berusia antara 26 hingga 35 tahun, yang sering disebut sebagai kaum milenial, menunjukkan skor rata-rata tertinggi dalam variabel *behavioral intention* pada penelitian ini. Hal ini mungkin disebabkan oleh fakta bahwa usia 26-35 tahun dianggap sebagai usia produktif dalam hidup seseorang, dimana kebutuhan akan jasa atau layanan khusus untuk mengelola keuangan secara efisien meningkat (Farrel, 2021). Dengan demikian, tingginya skor rata-rata di antara kelompok usia 26-35 menunjukkan keyakinan bahwa layanan aplikasi Flip akan mampu memenuhi kebutuhan transaksi layanan transfer dengan cara yang lebih mudah dan efisien.

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.19, terlihat bahwa responden yang mencapai pendidikan S1/D4 menunjukkan skor rata-rata yang tertinggi. Temuan ini sejalan dengan pernyataan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi tingkat literasi digital seseorang dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1/D4 memberikan penilaian yang lebih positif terhadap *behavioral intention* dibandingkan dengan responden yang memiliki tingkat pendidikan lainnya.

Berdasarkan Tabel 4.19, terlihat bahwa responden yang memiliki profesi sebagai guru atau dosen menunjukkan skor rata-rata tertinggi dalam variabel *behavioral intention*. Hal ini mungkin disebabkan oleh hubungan yang erat antara profesi guru atau dosen dengan teknologi, terutama dalam proses mentransfer ilmu kepada murid (Mawarni, 2022). Keterkaitan ini kemungkinan tercermin dalam berbagai aktivitas mereka, termasuk dalam keinginan menggunakan aplikasi Flip sebagai bagian niat untuk mengadopsi *financial technology*. Sementara itu, skor rata-rata yang paling rendah dalam variabel *behavioral intention* aplikasi Flip dalam penelitian ini ditemukan pada Pelajar/Mahasiswa.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jika melihat dari sisi pendapatan, responden yang memiliki pendapatan >Rp9.000.000 menunjukkan skor rata-rata tertinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden dengan pendapatan di atas Rp9.000.000 memberikan penilaian yang paling tinggi terhadap variabel *behavioral intention* pada aplikasi Flip dibandingkan dengan responden lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip diyakini akan dapat memenuhi kebutuhan transaksi digital mereka dengan baik.

Berdasarkan domisili, skor tertinggi responden berasal dari Wilayah II, yang mencakup Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi. Temuan ini sesuai dengan prestasi Kab. Bekasi yang mendapatkan pengakuan sebagai Pemerintah Daerah terbaik dalam penerapan digitalisasi (Akbar, 2021). Data dari BPS Jawa Barat tahun 2020 yang diperbarui pada Maret 2022 juga menunjukkan bahwa Kab. Karawang dan Kab. Bekasi memiliki jumlah penduduk yang padat dan termasuk daerah yang kaya di Jawa Barat (Latifah, 2023). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan *financial technology* cenderung lebih berfokus untuk memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, termasuk di Wilayah II.

Adapun yang terakhir, apabila dilihat dari skor rata-rata frekuensi penggunaan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip adalah > 10 kali. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan bertransaksi digital dari para pengguna.

Selanjutnya, ketentuan mengenai tinggi atau rendahnya variabel tingkat *behavioral intention* pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dilandaskan pada hasil jawaban yang diberikan oleh seluruh responden. Pada penelitian ini, variabel *behavioral intention* diukur melalui 5 (lima) pertanyaan yang diajukan kepada 222 responden. Sesuai dengan rumus yang sebelumnya telah dituliskan pada Bab III, maka hasil perhitungan kategori setiap item pertanyaan untuk variabel tingkat *behavioral intention* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 20 Kategori Variabel Tingkat *Behavioral Intention* untuk Skor Tiap Item Pertanyaan

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 555$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$555 \leq X \leq 777$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$777 \leq X \leq 999$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$999 \leq X \leq 1221$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 1221$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Tabel 4.20 merupakan rekapitulasi skor pada variabel tingkat *behavioral intention* untuk setiap item pertanyaan. Sesuai dengan skala yang ada pada Tabel 4.20, maka hasil jawaban responden dan jenis kategori dari setiap pertanyaan untuk variabel tingkat *behavioral intention* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 21 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat *Behavioral Intention*

No	SKOR														Total	Kategori
	1		2		3		4		5		6		7			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	0	0	1	2	2	6	12	48	42	210	78	468	87	609	1343	ST
2	0	0	0	0	3	9	12	48	53	265	77	462	77	539	1323	ST
3	3	3	1	2	4	12	13	52	40	200	79	474	82	574	1317	ST
4	6	6	2	4	7	21	15	60	33	165	97	582	65	455	1293	ST
5	6	6	3	6	9	27	9	36	37	185	83	498	81	567	1325	ST
	15		14		75		244		1025		2484		2744		6601	ST

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

SR: Sangat Rendah

R: Rendah

S: Sedang

T: Tinggi

ST: Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.21 diketahui bahwa rekapitulasi jawaban responden konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada variabel tingkat *behavioral intention* seluruhnya menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor total tiap item pertanyaan berada pada rentang ≥ 1221 . Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada BI1 yang menanyakan mengenai keinginan responden dalam menggunakan aplikasi Flip di masa yang akan datang. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah ada pada BI4 yang menanyakan mengenai responden akan terus menggunakan aplikasi Flip ketika mendapatkan akses internet.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, hasil perhitungan skala kategori untuk variabel tingkat *behavioral intention* secara keseluruhan dengan menggunakan rumus yang serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.22.

Tabel 4. 22 Kategori Variabel *Behavioral Intention* untuk Skor Variabel

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 2775$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$2775 \leq X \leq 3885$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$3885 \leq X \leq 4995$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$4995 \leq X \leq 6105$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 6150$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui bahwa untuk total skor variabel pada tingkat *behavioral intention* menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor berada pada rentang $X \geq 6150$. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *behavioral intention* pada aplikasi Flip sudah baik. Setelah menentukan kategori variabel tingkat *behavioral intention* per item pertanyaan dan secara keseluruhan, langkah selanjutnya adalah melihat jumlah responden per kategori pada variabel tingkat *behavioral intention* yang dapat dilihat pada Tabel 4.23.

Tabel 4. 23 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat *Behavioral Intention* Tiap Responden

Skala	Rentang	Kategori	F	R
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 13$	Sangat Rendah	0	0,0%
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$13 \leq X \leq 18$	Rendah	2	0,9%
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$18 \leq X \leq 23$	Sedang	19	8,6%
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$23 \leq X \leq 28$	Tinggi	52	23,4%
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 28$	Sangat Tinggi	149	67,1%
Total			222	

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

F = Frekuensi, R = Persentase

Sebagaimana Tabel 4.23, didapatkan data bahwa tiap responden pada variabel tingkat *behavioral intention* secara dominan berada pada kategori sangat tinggi pada aplikasi Flip. Tingginya tingkat *behavioral intention* pada penelitian ini menunjukkan bahwa keinginan konsumen muslim akan terus menggunakan aplikasi Flip dengan asumsi sudah memiliki akses terhadap informasi.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, makna kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi pada variabel tingkat *behavioral intention* dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 4.24.

Tabel 4. 24 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat *Behavioral Intention*

Kategori	Makna
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>behavioral intention</i> (BI) merupakan responden yang sangat kurang yakin bahwa memiliki keinginan akan menggunakan aplikasi Flip di masa mendatang.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel tingkat <i>behavioral intention</i> (BI) merupakan responden yang kurang yakin bahwa memiliki keinginan akan menggunakan aplikasi Flip di masa mendatang.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel tingkat <i>behavioral intention</i> (BI) merupakan responden yang cukup yakin bahwa memiliki keinginan akan menggunakan aplikasi Flip di masa mendatang.
Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel tingkat <i>behavioral intention</i> (BI) merupakan responden yang yakin bahwa memiliki keinginan akan menggunakan aplikasi Flip di masa mendatang.
Sangat Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>behavioral intention</i> (BI) merupakan responden yang sangat yakin bahwa memiliki keinginan akan terus menerus menggunakan aplikasi Flip di masa mendatang.

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.3.5 Tingkat *Sharia Financial Literacy* (SFL)

Sharia Financial Literacy merupakan pemahaman dan keterampilan individu dalam mengatur keuangan sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat saat menggunakan aplikasi Flip dengan mengikuti prinsip dasar syariah (Lestari, 2020) (Rahim, 2016) (OJK, 2016). Dengan literasi keuangan syariah, pengguna dapat mengidentifikasi pilihan-pilihan *financial technology* yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini dapat membantu mereka untuk tetap konsisten dengan nilai dan keyakinan mereka.

Pertama-tama akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai analisis deskriptif variabel tingkat *sharia financial literacy* berdasarkan karakteristik responden yang dianalisis dari hasil rata-rata skor masing-masing karakteristik pada Tabel 4.25.

Tabel 4. 25 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat *Sharia Financial Literacy*

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Jenis Kelamin			

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Laki-Laki	70	32	5,49
Perempuan	152	68	5,48
Usia			
17-25 Tahun	146	66	5,30
26-35 Tahun	59	27	5,91
36-45 Tahun	16	7	5,56
46-55 Tahun	1	0	5,90
Pendidikan			
SMA Sederajat	92	41	5,20
D1/D2/D3	36	16	5,56
S1/D4	87	39	5,71
Magister	6	3	5,33
Doktor	1	0	5,90
Pekerjaan			
Pelajar/Mahasiswa	99	45	5,17
Karyawan Swasta	63	28	5,81
Pegawai Negeri Sipil	16	7	3,11
Wirausahawan	24	11	5,55
Pegawai BUMN	8	4	0,78
Ibu Rumah Tangga	6	3	5,20
Guru/Dosen	6	3	5,57
Penghasilan			
≤ Rp 3.000.000	109	49	5,16
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	66	30	5,69
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	33	15	5,92
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000	8	4	5,65
> Rp 9.000.000	6	3	6,50
Domisili			
Wilayah I	68	31	5,68
Wilayah II	46	21	6,76
Wilayah III	15	7	5,67
Wilayah VI	93	42	5,10
Frekuensi Penggunaan			
1-3 Kali	80	36	5,25
4-6 Kali	92	41	5,52
7-9 Kali	30	14	5,75
>10 Kali	20	9	5,85

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Dari Tabel 4.25 untuk variabel tingkat *sharia financial literacy* berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa skor rata-rata yang dihasilkan lebih tinggi pada jenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Muslim perempuan memberikan penilaian yang lebih positif terhadap *sharia financial literacy* dari aplikasi Flip. Menurut OJK (2021), situasi ini dapat dijelaskan karena perempuan memiliki peran strategis dalam mengelola keuangan, sehingga penggunaan *financial technology* dianggap sebagai solusi yang

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memudahkan banyak konsumen perempuan dalam bertransaksi. Faktor ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dinilai memiliki nilai *sharia financial literacy* yang lebih baik oleh konsumen Muslim perempuan.

Sementara berdasarkan usia, responden dengan umur 26-35 tahun atau kaum milenial memiliki skor rata-rata tertinggi. Hal ini bisa diakibatkan karena rentang usia 26-35 tahun merupakan usia produktif untuk selalu mempelajari hal-hal baru. Sehingga mereka sudah membutuhkan jasa atau layanan tertentu untuk mengelola keuangan mereka (Farrel, 2021). Dapat disimpulkan dengan tingginya skor rata-rata pengguna konsumen muslim berumur 26-35 tahun menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi layanan transfer antar bank.

Hasil dari Tabel 4.25 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan S1/D4 menunjukkan skor rata-rata tertinggi. Temuan ini sejalan dengan pernyataan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada literasi digital seseorang dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1/D4 memberikan penilaian yang lebih positif terhadap *sharia financial literacy* dibandingkan dengan responden yang memiliki tingkat pendidikan lainnya.

Berdasarkan pekerjaan, skor rata-rata tertinggi pada variabel *sharia financial literacy* adalah Karyawan Swasta. *Financial technology* menyediakan layanan digital yang memudahkan karyawan swasta dalam melakukan transaksi keuangan. Mereka dapat dengan cepat melakukan pembayaran tagihan, transfer uang, dan melakukan transaksi lainnya tanpa harus pergi ke bank atau menghadapi proses administratif yang rumit (Nisaputra, 2020).

Sementara jika dilihat dari pendapatan, responden dengan pendapatan >Rp9.000.000 memiliki skor rata-rata yang paling tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa responden dengan pendapatan diatas Rp9.000.000 memberikan penilaian tertinggi untuk *sharia financial literacy* aplikasi Flip jika dibandingkan dengan

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

responden lain. Dimana hal ini menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi digital mereka.

Berdasarkan domisili, skor tertinggi dari responden berasal dari Wilayah II, yang mencakup Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi. Temuan ini konsisten dengan prestasi Kab. Bekasi yang diakui sebagai Pemerintah Daerah terbaik dalam penerapan digitalisasi (Akbar, 2021). Data dari BPS Jawa Barat tahun 2020 yang diperbarui pada Maret 2022 juga menunjukkan bahwa Kab. Karawang dan Kab. Bekasi memiliki jumlah penduduk yang padat dan termasuk daerah yang kaya di Jawa Barat (Latifah, 2023). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan *financial technology* cenderung lebih fokus dalam memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, termasuk di Wilayah II.

Adapun yang terakhir, apabila dilihat dari skor rata-rata frekuensi penggunaan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip adalah > 10 kali. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan bertransaksi digital dari para pengguna.

Selanjutnya, ketentuan mengenai tinggi atau rendahnya variabel tingkat *sharia financial literacy* pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dilandaskan pada hasil jawaban yang diberikan oleh seluruh responden. Pada penelitian ini, variabel *sharia financial literacy* diukur melalui 10 (sepuluh) pertanyaan yang diajukan kepada 222 responden. Sesuai dengan rumus yang sebelumnya telah dituliskan pada Bab III, maka hasil perhitungan kategori setiap item pertanyaan untuk variabel tingkat *sharia financial literacy* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 26 Kategori Variabel Tingkat Sharia Financial Literacy untuk Skor Tiap Item Pertanyaan

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 555$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$555 \leq X \leq 777$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$777 \leq X \leq 999$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$999 \leq X \leq 1221$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 1221$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.26 merupakan rekapitulasi skor pada variabel tingkat *sharia financial literacy* untuk setiap item pertanyaan. Sesuai dengan skala yang ada pada Tabel 4.26, maka hasil jawaban responden dan jenis kategori dari setiap pertanyaan untuk variabel tingkat *sharia financial literacy* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 27 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Sharia Financial Literacy

No	SKOR														Total	Kategori
	1		2		3		4		5		6		7			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	3	3	10	20	12	36	17	68	62	310	75	450	43	301	1188	T
2	5	5	12	24	19	57	15	60	60	300	70	420	41	287	1153	T
3	6	6	14	28	17	51	19	76	56	280	61	366	49	343	1150	T
4	8	8	14	28	17	51	13	52	53	265	69	414	48	336	1154	T
5	9	9	13	26	17	51	17	68	50	250	64	384	52	364	1152	T
6	0	0	3	6	6	18	14	56	44	220	89	534	66	462	1296	ST
7	3	3	8	16	7	21	17	68	50	250	81	486	56	392	1236	ST
8	0	0	3	6	7	21	24	96	52	260	79	474	57	399	1256	ST
9	0	0	4	8	11	33	24	96	44	220	73	438	66	462	1257	ST
10	0	0	0	0	4	12	16	64	33	165	96	576	73	511	1328	ST
	34		162		351		704		2520		4542		3857		12170	T

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

SR: Sangat Rendah

R: Rendah

S: Sedang

T: Tinggi

ST: Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.27 diketahui bahwa rekapitulasi jawaban responden konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada variabel tingkat *sharia financial literacy* seluruhnya menunjukkan kategori tinggi dan sangat tinggi karena skor total tiap item pertanyaan berada pada rentang $999 \leq X \leq 1221$ dan ≥ 1221 . Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada SFL6 yang menanyakan mengenai keyakinan konsumen muslim bahwa kode unik yang dikenakan aplikasi Flip tidak menimbulkan ketidakjelasan dan terhindar dari riba. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah ada pada SFL3 yang menanyakan mengenai keinginan responden dalam mencari informasi dan meningkatkan pengetahuan mengenai keuangan syariah melalui media *online* maupun *offline*.

Berikutnya, hasil perhitungan skala kategori untuk variabel tingkat *sharia financial literacy* secara keseluruhan dengan menggunakan rumus yang serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.28.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI FINANCIAL TECHNOLOGY FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 28 Kategori Variabel *Sharia Financial Literacy* untuk Skor Variabel

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 5550$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$5550 \leq X \leq 7770$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$7770 \leq X \leq 9990$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$9990 \leq X \leq 12210$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 12210$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Berdasarkan Tabel 4.28 diketahui bahwa untuk total skor variabel pada tingkat *sharia financial literacy* menunjukkan kategori sangat tinggi karena skor berada pada rentang tinggi karena skor berada pada rentang $9990 \leq X \leq 12210$. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *sharia financial literacy* pada aplikasi Flip sudah baik. Setelah menentukan kategori variabel tingkat *sharia financial literacy* per item pertanyaan dan secara keseluruhan, langkah selanjutnya adalah melihat jumlah responden per kategori pada variabel tingkat *sharia financial literacy* yang dapat dilihat pada Tabel 4.29.

Tabel 4. 29 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat *Sharia Financial Literacy* Tiap Responden

Skala	Rentang	Kategori	F	R
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 25$	Sangat Rendah	3	1,4%
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$25 \leq X \leq 35$	Rendah	9	4,1%
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$35 \leq X \leq 45$	Sedang	32	14,4%
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$45 \leq X \leq 55$	Tinggi	57	25,7%
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 55$	Sangat Tinggi	121	54,5%
Total			222	

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

F = Frekuensi, R = Persentase

Sebagaimana Tabel 4.29, didapatkan data bahwa tiap responden pada variabel tingkat *sharia financial literacy* secara dominan berada pada kategori sangat tinggi pada aplikasi Flip. Tingginya *sharia financial literacy* pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan syariah dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan yang baik dapat mempengaruhi keputusan responden dalam menggunakan aplikasi Flip

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, makna kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi pada variabel tingkat *sharia financial literacy* dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 4.30.

Tabel 4. 30 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat *Sharia Financial Literacy*

Kategori	Makna
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>sharia financial literacy</i> (SFL) merupakan responden yang sangat kurang yakin bahwa pengetahuan keuangan syariah mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan aplikasi Flip.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel tingkat <i>sharia financial literacy</i> (SFL) merupakan responden yang kurang yakin bahwa pengetahuan keuangan syariah mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan aplikasi Flip.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel tingkat <i>sharia financial literacy</i> (SFL) merupakan responden yang cukup yakin bahwa pengetahuan keuangan syariah mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan aplikasi Flip.
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel tingkat <i>sharia financial literacy</i> (SFL) merupakan responden yang yakin bahwa pengetahuan keuangan syariah mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan aplikasi Flip.
Sangat Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel tingkat <i>sharia financial literacy</i> (SFL) merupakan responden yang sangat yakin bahwa pengetahuan keuangan syariah mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan aplikasi Flip.

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.3.6 Tingkat *Use Behavior* (UB)

Use Behavior merupakan frekuensi seseorang dalam menggunakan teknologi aplikasi Flip (Venkatesh, 2003). *Use behavior* menjadi variabel penting dalam teori penerimaan UTAUT karena mencerminkan tindakan nyata dari penerimaan teknologi oleh seseorang. Dengan menguji variabel *use behavior*, dapat diketahui sejauh mana faktor-faktor lain mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan teknologi.

Pertama-tama akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai analisis deskriptif variabel tingkat *use behavior* berdasarkan karakteristik responden yang dianalisis dari hasil rata-rata skor masing-masing karakteristik pada Tabel 4.31.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 31 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Use Behavior

Karakteristik Responden	N	%	Mean
Jenis Kelamin			
Laki-Laki	70	32	5,56
Perempuan	152	68	5,38
Usia			
17-25 Tahun	146	66	5,17
26-35 Tahun	59	27	6,04
36-45 Tahun	16	7	5,65
46-55 Tahun	1	0	5,60
Pendidikan			
SMA Sederajat	92	41	5,02
D1/D2/D3	36	16	5,66
S1/D4	87	39	5,75
Magister	6	3	4,77
Doktor	1	0	5,60
Pekerjaan			
Pelajar/Mahasiswa	99	45	4,87
Karyawan Swasta	63	28	5,94
Pegawai Negeri Sipil	16	7	6,03
Wirausahawan	24	11	5,90
Pegawai BUMN	8	4	5,75
Ibu Rumah Tangga	6	3	5,30
Guru/Dosen	6	3	5,73
Penghasilan			
≤ Rp 3.000.000	109	49	4,94
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	66	30	5,84
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	33	15	6,03
Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000	8	4	5,80
> Rp 9.000.000	6	3	6,33
Domisili			
Wilayah I	68	31	5,71
Wilayah II	46	21	6,63
Wilayah III	15	7	5,81
Wilayah VI	93	42	4,95
Frekuensi Penggunaan			
1-3 Kali	80	36	4,93
4-6 Kali	92	41	5,60
7-9 Kali	30	14	5,89
>10 Kali	20	9	5,98

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 4.31, skor rata-rata dari jenis kelamin untuk variabel *use behavior* didominasi oleh laki-laki. Temuan ini sejalan dengan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan bahwa tingkat penetrasi penggunaan internet pada laki-laki di Indonesia lebih tinggi daripada perempuan (Sadya, 2023). Hal ini mungkin disebabkan karena laki-laki

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

cenderung lebih terampil dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk perangkat *mobile* dan aplikasi *financial technology* (Puspita, 2022). Tingkat keterampilan teknologi ini dapat mempengaruhi kecenderungan mereka untuk mengadopsi *financial technology*, termasuk aplikasi Flip, dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Berdasarkan usia, responden yang berusia antara 26 hingga 35 tahun, atau dikenal sebagai kaum milenial, menunjukkan skor rata-rata tertinggi. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh fakta bahwa usia 26-35 tahun dianggap sebagai masa produktif yang selalu bersemangat untuk mempelajari hal-hal baru. Sehingga, pada rentang usia ini, mereka cenderung memerlukan layanan atau jasa tertentu untuk mengelola keuangan pribadi mereka (Farrel, 2021). Dapat disimpulkan bahwa tingginya skor rata-rata pengguna konsumen Muslim berusia 26-35 tahun menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi layanan transfer antar bank bagi kelompok usia tersebut.

Dari hasil Tabel 4.31, terlihat bahwa responden yang memiliki pendidikan S1/D4 menunjukkan skor rata-rata tertinggi. Temuan ini sejalan dengan pernyataan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh pada literasi digital seseorang dan kemampuannya untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1/D4 memberikan penilaian yang lebih positif terhadap *use behavior* dibandingkan dengan responden yang memiliki tingkat pendidikan lainnya.

Berdasarkan pekerjaan, skor rata-rata tertinggi didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS). Hal ini dapat terjadi karena PNS dituntut untuk dapat berinovasi, terutama dalam mengembangkan kemampuannya untuk memanfaatkan teknologi informasi (Sulistyo, 2021). Penyebab lainnya adalah karena sebagai PNS, mereka memiliki beragam kewajiban keuangan seperti membayar pajak, tagihan, atau melakukan transfer dana lainnya. Oleh karena itu, *financial technology*, khususnya aplikasi Flip, dapat membantu mereka melaksanakan kewajiban-

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kewajiban tersebut dengan mudah dan efisien tanpa harus mengunjungi fisik lembaga keuangan.

Sementara jika dilihat dari pendapatan, responden dengan pendapatan >Rp9.000.000 memiliki skor rata-rata yang paling tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa responden dengan pendapatan diatas Rp9.000.000 memberikan penilaian tertinggi untuk *use behavior* aplikasi Flip jika dibandingkan dengan responden lain. Dimana hal ini menunjukkan bahwa layanan aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan transaksi digital mereka.

Berdasarkan domisili, skor tertinggi dari responden berasal dari Wilayah II, yang mencakup Kab. Purwakarta, Kab. Subang, Kab. Karawang, Kab. Bekasi, dan Kota Bekasi. Temuan ini sesuai dengan prestasi Kab. Bekasi yang diakui sebagai Pemerintah Daerah terbaik dalam penerapan digitalisasi (Akbar, 2021). Data dari BPS Jawa Barat tahun 2020 yang diperbarui pada Maret 2022 juga menunjukkan bahwa Kab. Karawang dan Kab. Bekasi memiliki jumlah penduduk yang padat dan termasuk daerah yang memiliki tingkat kekayaan tinggi di Jawa Barat (Latifah, 2023). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan *financial technology* cenderung lebih berfokus dalam memasarkan dan mempromosikan layanan mereka di kota-kota besar atau wilayah dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi, termasuk di Wilayah II.

Adapun yang terakhir, apabila dilihat dari skor rata-rata frekuensi penggunaan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip adalah > 10 kali. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip dapat mempermudah kebutuhan bertransaksi digital dari para pengguna.

Selanjutnya, ketentuan mengenai tinggi atau rendahnya variabel tingkat *use behavior* pada konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip dilandaskan pada hasil jawaban yang diberikan oleh seluruh responden. Pada penelitian ini, variabel *use behavior* diukur melalui 5 (lima) pertanyaan yang diajukan kepada 222 responden. Sesuai dengan rumus yang sebelumnya telah dituliskan pada Bab III, maka hasil perhitungan kategori setiap item pertanyaan untuk variabel tingkat *use behavior* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 32 Kategori Variabel Tingkat Use Behavior Untuk Skor Tiap Item Pertanyaan

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 555$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$555 \leq X \leq 777$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$777 \leq X \leq 999$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$999 \leq X \leq 1221$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 1221$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Tabel 4.32 merupakan rekapitulasi skor pada variabel tingkat *use behavior* untuk setiap item pertanyaan. Sesuai dengan skala yang ada pada Tabel 4.31, maka hasil jawaban responden dan jenis kategori dari setiap pertanyaan untuk variabel tingkat *use behavior* dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4. 33 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Use Behavior

No	SKOR														Total	Kategori
	1		2		3		4		5		6		7			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	2	2	3	6	9	27	15	60	50	250	84	504	59	413	1262	ST
2	5	5	4	8	7	21	19	76	52	260	82	492	53	371	1233	ST
3	7	7	3	6	17	51	26	104	54	270	66	396	49	343	1177	T
4	5	5	3	6	12	36	20	80	50	250	80	480	52	364	1221	T
5	10	10	17	34	15	45	20	80	42	210	65	390	53	371	1140	T
Total	29		60		180		400		1240		2262		1862		6033	T

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

SR: Sangat Rendah

R: Rendah

S: Sedang

T: Tinggi

ST: Sangat Tinggi

Pada Tabel 4.33 diketahui bahwa rekapitulasi jawaban responden konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada variabel tingkat *use behavior* seluruhnya menunjukkan kategori tinggi dan sangat tinggi karena skor total tiap item pertanyaan berada pada rentang $999 \leq X \leq 1221$ dan ≥ 1221 . Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada UB1 yang menanyakan mengenai tingkat penggunaan konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah ada pada FC5 yang menanyakan mengenai penggunaan responden dalam mengikuti media sosial (Instagram/Tiktok/Twitter) aplikasi Flip agar selalu mendapatkan informasinya

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terbaru. Berikutnya, hasil perhitungan skala kategori untuk variabel *use behavior* secara keseluruhan dengan menggunakan rumus yang serupa yang dapat dilihat pada Tabel 4.34.

Tabel 4. 34 Kategori Variabel Use Behavior untuk Skor Variabel

Skala	Rentang	Kategori
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 2775$	Sangat Rendah
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$2775 \leq X \leq 3885$	Rendah
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$3885 \leq X \leq 4995$	Sedang
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$4995 \leq X \leq 6105$	Tinggi
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 6105$	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Berdasarkan Tabel 4.34 diketahui bahwa untuk total skor variabel pada tingkat *use behavior* menunjukkan kategori tinggi karena skor berada pada rentang $4995 \leq X \leq 6105$. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden menilai *use behavior* pada aplikasi Flip sudah baik atau sesuai dengan harapan konsumen muslim. Setelah menentukan kategori variabel tingkat *use behavior* per item pertanyaan dan secara keseluruhan, langkah selanjutnya adalah melihat jumlah responden per kategori pada variabel tingkat *use behavior* yang dapat dilihat pada Tabel 4.35.

Tabel 4. 35 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Use Behavior Tiap Responden

Skala	Rentang	Kategori	F	R
$X \leq (\text{Mean} - 1,5 \text{ SD})$	$X \leq 13$	Sangat Rendah	10	4,5%
$(\text{Mean} - 1,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} - 0,5 \text{ SD})$	$13 \leq X \leq 18$	Rendah	6	2,7%
$(\text{Mean} - 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 0,5 \text{ SD})$	$18 \leq X \leq 23$	Sedang	35	15,8%
$(\text{Mean} + 0,5 \text{ SD}) < X \leq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$23 \leq X \leq 28$	Tinggi	60	27,0%
$X \geq (\text{Mean} + 1,5 \text{ SD})$	$X \geq 28$	Sangat Tinggi	111	50,0%
Total			222	

Sumber: Hasil Pengolahan Kategorisasi (2023)

Keterangan:

F = Frekuensi, R = Persentase

Sebagaimana Tabel 4.35, didapatkan data bahwa tiap responden pada variabel tingkat *use behavior* secara dominan berada pada kategori sangat tinggi pada aplikasi Flip. Tingginya tingkat *use behavior* pada penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi seseorang dalam memutuskan menggunakan aplikasi Flip dalam kehidupan sehari-hari.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikutnya, makna kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi pada variabel tingkat *use behavior* dalam penelitian ini diuraikan pada Tabel 4.36.

Tabel 4. 36 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Use Behavior

Kategori	Makna
Sangat Rendah	Responden yang memiliki kategori sangat rendah pada variabel tingkat <i>use behavior</i> (UB) merupakan responden yang sangat kurang yakin dalam memahami, memperhatikan, dan mempertimbangkan memutuskan menggunakan aplikasi Flip.
Rendah	Responden yang memiliki kategori rendah pada variabel tingkat <i>use behavior</i> (UB) merupakan responden yang kurang yakin dalam memahami, memperhatikan, dan mempertimbangkan memutuskan menggunakan aplikasi Flip.
Sedang	Responden yang memiliki kategori sedang pada variabel tingkat <i>use behavior</i> (UB) merupakan responden yang cukup yakin dalam memahami, memperhatikan, dan mempertimbangkan memutuskan menggunakan aplikasi Flip.
Tinggi	Responden yang memiliki kategori tinggi pada variabel tingkat <i>use behavior</i> (UB) merupakan responden yang yakin dalam memahami, memperhatikan, dan mempertimbangkan memutuskan menggunakan aplikasi Flip.
Sangat Tinggi	Responden yang memiliki kategori sangat tinggi pada variabel tingkat <i>use behavior</i> (UB) merupakan responden yang sangat yakin dalam memahami, memperhatikan, dan mempertimbangkan memutuskan menggunakan aplikasi Flip.

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.4 Analisis Data dengan *Structural Equations Modelling – Partial Least Square* (SEM-PLS)

Pembahasan ini untuk menjawab hipotesis penelitian yang sudah dirumuskan, pada bagian ini akan dipaparkan hasil pengolahan dan analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Adapun alat untuk pengolahan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, yaitu *software* SmartPLS 3. Berikut merupakan hasil pengolahan dari tahapan analisis data dengan menggunakan SEM-PLS.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.5.1 Pengujian *Outer Model* (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif)

Pengujian model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menentukan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, pengujian ini meliputi *convergent validity*, *discriminant validity* dan *reliability*.

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Pengujian validitas konvergen atau *convergent validity* bertujuan untuk dapat memahami korelasi antara variabel dan instrumen penelitian melalui estimasi *outer loading* dan AVE (*Average Variance Extract*) (Muflih dan Juliana, 2020). Pada BAB 3 dijelaskan bahwa ketentuan nilai *outer loading* harus lebih dari 0,7. Adapun melalui nilai *outer loadings* dari masing-masing indikator variabel dapat dilihat pada tabel 4.37.

Tabel 4. 37 Nilai *Outer Loading* Sebelum Perbaikan

Item Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>						Nilai AVE
	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Price Value</i>	<i>Sharia Financial Literacy</i>	<i>Use Behavior</i>	
BI1	0,774						0,560
BI2	0,794						
BI3	0,604						
BI4	0,746						
BI5	0,806						
FC1		0,691					0,510
FC2		0,728					
FC3		0,689					
FC4		0,585					
FC5		0,764					
FC6		0,806					
H1			0,747				0,562
H2			0,801				
H3			0,836				
H4			0,747				
H5			0,732				
H6			0,601				
H7			0,761				
PV1				0,780			0,575
PV2				0,722			
PV3				0,784			
PV4				0,756			
PV5				0,748			
SFL1					0,791		0,619

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Nilai Outer Loading							Nilai AVE
Item Indikator	Behavioral Intention	Facilitating Condition	Habit	Price Value	Sharia Financial Literacy	Use Behavior	
SFL2					0,859		0,703
SFL3					0,847		
SFL4					0,851		
SFL5					0,834		
SFL6					0,712		
SFL7					0,819		
SFL8					0,732		
SFL9					0,761		
UB1						0,847	0,703
UB2						0,869	
UB3						0,819	
UB4						0,877	
UB5						0,777	

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan output pada tabel 4.37 dapat dinyatakan bahwa indikator penelitian memiliki masalah *convergent validity*, sehingga pengujian ini belum layak dilanjutkan ke tahap berikutnya. Oleh karena itu, peneliti melakukan uji sebanyak 10 kali untuk mendapatkan hasil yang terbaik diperlukan dan menghilangkan indikator BI3, FC1, FC4, FC5, H1, H4, H5, H6, PV2, PV4, SFL1, SFL3, SFL4, SFL5, SFL6, SFL8, SFL9. Penghilangan indikator-indikator tersebut untuk mewakili 1 indikator pada tiap-tiap variabel yang ada pada penelitian ini.

Berikut adalah hasil *outer loading* setelah diolah:

Tabel 4. 38 Nilai Outer Loading

Nilai Outer Loading							Nilai AVE
Item Indikator	Behavioral Intention (BI)	Facilitating Condition (FC)	Habit (H)	Price Value (PV)	Sharia Financial Literacy (SFL)	Use Behavior (UB)	
BI1	0,795						0,626
BI2	0,811						
BI4	0,726						
BI5	0,830						
FC2		0,776					0,637
FC3		0,744					
FC6		0,868					
H2			0,855				0,709
H3			0,859				
H7			0,811				

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Nilai Outer Loading							Nilai AVE
Item Indikator	Behavioral Intention (BI)	Facilitating Condition (FC)	Habit (H)	Price Value (PV)	Sharia Financial Literacy (SFL)	Use Behavior (UB)	
PV1				0,810			0,654
PV3				0,798			
PV5				0,817			
SFL2					0,887		0,685
SFL7					0,819		
UB1						0,849	0,703
UB2						0,869	
UB3						0,821	
UB4						0,876	
UB5						0,774	

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Hasil *loading factors* dan nilai AVE dengan menghilangkan instrumen BI3, FC1, FC4, FC5, H1, H4, H5, H6, PV2, PV4, SFL1, SFL3, SFL4, SFL5, SFL6, SFL8, SFL9 pada Tabel 4.38 menunjukkan bahwa variabel PV, FC, H, BI, SFL, UB seluruhnya sudah memenuhi ketentuan yakni 0,7 sehingga dapat dikatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa seperangkat indikator yang digunakan dapat mewakili dan mendasari variabel laten dalam penelitian.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan merupakan pengujian untuk melihat tingkat prediksi dari konstruk laten terhadap blok indikatornya. Pengujian ini dapat dilihat melalui nilai *cross loading* dan nilai *Fornell-Larcker Criterion*. Analisis *cross loading* dilakukan dengan cara membandingkan korelasi indikator terhadap konstruk asosiasinya dengan koefisien korelasi terhadap konstruk lain. Nilai koefisien korelasi indikator terhadap konstruk asosiasinya harus lebih besar daripada terhadap konstruk lain. Adapun uji *cross loading* pada penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4. 39 Nilai Cross Loading

Item Indikator	Behavioral Intention	Facilitating Condition	Habit	Price Value	Sharia Financial Literacy	Use Behavior
BI1	0,795	0,651	0,610	0,632	0,286	0,465
BI2	0,811	0,640	0,695	0,634	0,354	0,485

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Item Indikator	Behavioral Intention	Facilitating Condition	Habit	Price Value	Sharia Financial Literacy	Use Behavior
BI4	0,726	0,434	0,600	0,406	0,435	0,588
BI5	0,830	0,555	0,647	0,534	0,426	0,574
FC2	0,563	0,776	0,527	0,582	0,300	0,380
FC3	0,516	0,744	0,569	0,559	0,340	0,388
FC6	0,645	0,868	0,586	0,573	0,441	0,507
H2	0,675	0,585	0,855	0,511	0,382	0,612
H3	0,717	0,529	0,859	0,509	0,443	0,648
H7	0,643	0,679	0,811	0,598	0,375	0,517
PV1	0,539	0,534	0,497	0,798	0,194	0,282
PV3	0,556	0,559	0,528	0,817	0,209	0,284
PV5	0,438	0,387	0,414	0,286	0,904	0,495
SFL2	0,421	0,446	0,453	0,266	0,916	0,530
SFL7	0,642	0,493	0,683	0,412	0,407	0,869
UB1	0,555	0,458	0,599	0,364	0,477	0,843
UB2	0,592	0,514	0,639	0,380	0,477	0,871
UB3	0,458	0,357	0,471	0,244	0,572	0,818
UB4	0,602	0,628	0,514	0,810	0,324	0,432
UB5	0,795	0,651	0,610	0,632	0,286	0,465

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan hasil pengujian *cross loading* dapat dilihat pada Tabel 4.39 bahwa korelasi setiap konstruk dengan indikator konstruk lainnya lebih besar dibandingkan korelasi setiap konstruk dengan indikator konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk memiliki diskriminan yang baik di masa konstruk variabel laten maupun memprediksi pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator pada blok lainnya.

Selanjutnya adalah uji validitas *Fornell-Larcker Criterion* yaitu uji validitas yang dilakukan dengan membandingkan korelasi antar variabel atau konstruk dengan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted*.

Tabel 4. 40 Nilai *Fornell-Larcker Criterion*

	Behavioral Intention	Facilitating Condition	Habit	Price Value	Sharia Financial Literacy	Use Behavior
Behavioral Intention	0,791					
Facilitating Condition	0,724	0,798				
Habit	0,807	0,703	0,842			

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY FLIP* PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Facilitating Condition</i>	<i>Habit</i>	<i>Price Value</i>	<i>Sharia Financial Literacy</i>	<i>Use Behavior</i>
<i>Price Value</i>	0,702	0,712	0,635	0,809		
<i>Sharia Financial Literacy</i>	0,472	0,459	0,477	0,303	0,910	
<i>Use Behavior</i>	0,664	0,539	0,708	0,416	0,563	0,851

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan nilai *Fornell-Larcker Criterion* pada Tabel 4.40 menunjukkan bahwa nilai akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi setiap konstruk lebih besar daripada korelasi setiap konstruk dengan konstruk lainnya. Dari hasil analisis *cross loading* dan *Fornell-Larcker Criterion* dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria validitas diskriminan.

3. Reliabilitas (*Reliability*)

Pada uji Reliabilitas ini digunakan dua nilai yang akan dijelaskan, yakni nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. *Composite reliability* merupakan pengujian untuk mengukur internal konsistensi. Nilai *composite reliability* berada dalam variasi rentang 0-1 dengan ketentuan nilai minimal sebesar $> 0,7$ begitupun untuk nilai *cronbach's alpha*. Semakin mendekati satu maka estimasi reliabilitasnya sangat kuat.

Tabel 4. 41 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Behavioral Intention</i>	0,800	0,626
<i>Facilitating Condition</i>	0,715	0,637
<i>Habit</i>	0,795	0,709
<i>Price Value</i>	0,736	0,654
<i>Sharia Financial Literacy</i>	0,793	0,828
<i>Use Behavior</i>	0,873	0,723

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan Tabel 4.40 hasil pengolahan smartPLS pada masing-masing variabel laten dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0.6 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel laten pada penelitian ini dikatakan reliabel dan model yang dibangun memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hasil pengujian pada outer model dengan menguji *convergent validity*, *discriminant validity*, *average variance (AVE)*, dan *composite reliability* dapat disimpulkan bahwa *outer* model dalam penelitian ini telah memenuhi syarat yang ditentukan dalam tahap-tahap penelitian PLS. Oleh karena itu penelitian ini layak untuk dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Berikut ini merupakan indikator-indikator yang membangun setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4. 42 Indikator-Indikator dari Setiap Variabel

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Referensi	Kode
1	Price Value	Quality (Kualitas Aplikasi Flip)	1. Kualitas teknologi aplikasi Flip yang saya gunakan	(Venkatesh, 2012)	PV1
			2. Kualitas teknologi aplikasi Flip dibandingkan aplikasi lain		PV2
		Price (Biaya Admin Aplikasi Flip)	3. Beban biaya admin aplikasi Flip yang saya rasakan	(Venkatesh, 2012)	PV3
			4. Beban biaya admin aplikasi Flip yang saya rasakan dibandingkan aplikasi lain	(Venkatesh, 2012)	PV4
		Value (Nilai Aplikasi Flip)	5. Nilai kemanfaatan yang didapat dari biaya admin yang dikenakan pada aplikasi Flip	(Venkatesh, 2012)	PV5
2	Facilitating Condition	Perceived Behavioural Control (Persepsi Kontrol Perilaku Pengguna Aplikasi Flip)	6. Tingkat pengendalian saya dalam penggunaan aplikasi Flip	(Venkatesh, 2003)	FC1
			7. Tingkat pemahaman saya ketika menggunakan aplikasi Flip		FC2
		Facilitating Conditions (Kondisi yang Memfasilitasi Aplikasi Flip)	8. Tingkat kelengkapan fitur, instruksi, pusat bantuan pada aplikasi Flip	(Venkatesh, 2003)	FC3
			9. Keterpengaruhan saya oleh pendapat seorang teman, keluarga, atau kerabat dalam menggunakan aplikasi Flip		FC4
		Compatibility (Kompatibilitas Aplikasi Flip)	10. Tingkat kenyamanan yang saya rasakan ketika menggunakan aplikasi Flip melalui ponsel	(Venkatesh, 2003)	FC5
			11. Kompatibilitas aplikasi Flip dengan sistem lain yang saya gunakan (contoh: <i>mobile banking</i> /ATM)		FC6
3	Habit	Prior Use (Penggunaan Aplikasi Flip Sebelumnya)	12. Tingkat prioritas dalam penggunaan aplikasi Flip yang saya rasakan	(Venkatesh, 2012)	H1
			13. Seberapa sering saya menggunakan kembali aplikasi Flip dalam kehidupan sehari-hari		H2
		Addiction (Kecanduan pada Aplikasi Flip)	14. Keharusan saya untuk selalu menggunakan aplikasi Flip	(Venkatesh, 2012)	H3

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Referensi	Kode
4	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Behavior to be Automatic</i> (Perilaku Otomatis Pengguna Aplikasi Flip)	15. Tingkat keinginan saya dalam mengupdate aplikasi Flip versi terbaru	(Venkatesh, 2012)	H4
			16. Keinginan saya menyalakan fitur notifikasi pada aplikasi Flip		H5
			17. Secara spontan saya mengakses aplikasi Flip ketika membutuhkan layanan transfer antar bank		H6
			18. Frekuensi saya menggunakan aplikasi Flip tanpa berfikir panjang		H7
		<i>Attitude Toward the Behavior</i> (Sikap Terhadap Perilaku Penggunaan Aplikasi Flip)	19. Tingkat keinginan saya dalam menggunakan aplikasi Flip di masa mendatang	(Venkatesh, 2012) (Indrawati, 2017)	BI1
			20. Kecenderungan saya memilih menggunakan aplikasi Flip dibandingkan aplikasi lain		BI2
			21. Kemungkinan saya akan merekomendasikan aplikasi Flip kepada keluarga/teman/kolega		BI3
			22. Ketika mendapatkan akses internet saya akan terus menggunakan aplikasi Flip	(Venkatesh, 2012) (Indrawati, 2017)	BI4
			23. Tingkat keinginan saya akan menambahkan aplikasi Flip sebagai aplikasi favorit untuk melakukan transfer antar bank		BI5
			24. Tingkat pemahaman saya terkait transaksi keuangan yang mengandung unsur gharar, maysir, dan riba?	(Lestari, 2020) (Rahim, 2016)	SFL1
			25. Tingkat pemahaman saya mengenai akad Mudharabah		SFL2
			26. Tingkat pemahaman saya mengenai akad Musyarakah		SFL3
			27. Tingkat pemahaman saya mengenai akad Wakalah		SFL4
			28. Tingkat pemahaman saya mengenai akad Wadiah		SFL5
			29. Tingkat keinginan saya dalam mencari informasi dan meningkatkan pengetahuan mengenai keuangan syariah melalui media <i>online</i> maupun <i>offline</i>		SFL6
5	<i>Sharia Financial Literacy</i>	<i>Sharia Financial Basic Knowledge</i> (Pengetahuan Dasar Keuangan Syariah)	30. Tingkat pemahaman saya mengenai produk (tabungan, investasi, asuransi, dan pinjaman) di keuangan syariah	(Lestari, 2020) (Rahim, 2016)	SFL7
			31. Penggunaan teknologi aplikasi <i>fintech</i> dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah yang saya rasakan		SFL8
			32. Tingkat keyakinan saya bahwa kode unik pada aplikasi Flip tidak		SFL9

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Referensi	Kode
			menimbulkan ketidakjelasan dan terhindar dari riba		
6	Use behavior adalah frekuensi seseorang dalam menggunakan teknologi aplikasi Flip (Venkatesh, 2003)	Usage Frequency (Frekuensi Penggunaan Aplikasi Flip)	33. Frekuensi saya menggunakan aplikasi Flip dalam kehidupan sehari-hari	(Venkatesh, 2003)	UB1
			34. Tingkat ketergantungan yang saya rasakan pada penggunaan aplikasi Flip		UB2
		Usage Time (Waktu Penggunaan Aplikasi Flip)	35. Durasi waktu penggunaan saya ketika membuka aplikasi Flip	(Venkatesh, 2003)	UB3
		Usage Variety (Variasi Penggunaan Aplikasi Flip)	36. Tingkat penggunaan saya dalam mencoba fitur yang bervariasi pada aplikasi Flip	(Venkatesh, 2003)	UB4
			37. Frekuensi saya mengikuti informasi terbaru tentang aplikasi Flip melalui media sosial (Instagram/Tiktok/Twitter)		UB5

Sumber: Data diolah Penulis (2023)

4.5.2 Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural)

Setelah evaluasi model pengukuran dikatakan valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji model struktural. Pengujian terhadap model struktural (*inner model*) dilakukan melalui lima pengujian, yaitu melihat hasil dari nilai *R-Square*, nilai *multicollinearity*, *F-Square* (F^2), *Q-Square* (Q^2) dan *Goodness of Fit* (GoF). Berikut adalah uraian hasil pengujian dari masing-masing komponen pengujiannya:

1. Analisis *R-Square* (R^2)

Uji *R-Square* (R^2) bertujuan untuk menjelaskan besarnya proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Analisis *R-Square* (R^2) untuk variabel laten endogen yaitu hasil *R-Square* sebesar 0,75 dikatakan model kuat, sebesar 0,50 dikatakan model moderat, sebesar 0,25 dikatakan model lemah. Berikut tabel uji R^2 pada penelitian ini:

Tabel 4. 43 Tabel Nilai *R-square* (R^2)

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Behavioral Intention</i>	0,492	0,489
<i>Use Behavior</i>	0,582	0,574

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan Tabel 4.43 dapat dikatakan bahwa nilai *R-square* 0,492 dan 0,490. Pada tabel 4.43 dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat *price value* mampu menjelaskan *behavioral intention* sebesar 0,492 atau 49,2% sedangkan sisanya 50,8% dipengaruhi atau dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukan ke dalam model penelitian ini.

Kesimpulan lain dari tabel 4.43 adalah variabel tingkat *facilitating condition*, *habit*, *behavioral intention* dan *sharia financial literacy* mampu menjelaskan variabel *use behavior* sebesar 0,582 atau 58,2% sedangkan sisanya 41,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian. Hasil *R² adjusted* sebesar 0,492 dan 0,582 mengindikasikan bahwa model penelitian ini termasuk ke dalam model yang moderat.

2. Analisis Multicollinearity

Analisis multikolinieritas bertujuan untuk menguji mengenai ada tidaknya multikolinearitas dalam model PLS-SEM yang dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* < 0.20 atau nilai VIF > 5 maka diduga terdapat multikolinearitas (Garson, 2016).

Tabel 4. 44 Nilai Variance Inflation Factor (VIF)

	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
<i>Behavioral Intention</i>		3,376
<i>Facilitating Condition</i>		2,343
<i>Habit</i>		3,190
<i>Price Value</i>	1,000	
<i>Sharia Financial Literacy</i>		1,361

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan tabel 4.44 hasil pengujian *variance inflation factor* menunjukkan bahwa nilai VIF dalam penelitian ini <5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari masalah multikolinieritas, artinya konstruk yang dibangun memiliki perbedaan karakteristik satu sama lain sehingga tidak diperlukan perubahan konstruk.

3. Analisis Pengujian *F-Square* (Effect Size)

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Uji *F-Square* (F^2) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel. Hair (2019) mengatakan bahwa rentang F^2 0,02 hingga 0,15 termasuk efek lemah, 0,15 hingga 0,35 efek moderat, dan nilai lebih dari sama dengan 0,35 efek kuat.

Tabel 4. 45 Nilai *F-Square* (F^2)

	<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
<i>Behavioral Intention</i>		0,035
<i>Facilitating Condition</i>		0,003
<i>Habit</i>		0,142
<i>Price Value</i>	0,967	
<i>Sharia Financial Literacy</i>		0,134

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan hasil output F^2 pada tabel 4.45 dapat diketahui bahwa pengaruh variabel *price value* terhadap tingkat *behavioral intention* pada konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip memiliki pengaruh yang kuat yakni sebesar 0,967. Hal lain yang dapat diketahui yakni tingkat variabel *habit* dan tingkat *sharia financial literacy* terhadap *use behavior* pada konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip memiliki pengaruh moderat karena nilainya melebihi 0,02 secara berturut-turut yaitu 0,142 dan 0,134. Sedangkan tingkat variabel *behavioral intention* dan *facilitating condition* dibawah 0,02 yakni sebesar 0,035 dan 0,004.

4. Analisis Pengujian *Q-Square* (Q^2)

Analisis Q^2 bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai $Q^2 > 0$ dapat disimpulkan memiliki nilai *predictive relevance* yang baik, sedangkan $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Adapun rumus untuk menghitung *Q-Square* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 46 Hasil Perhitungan *Q-Square* (Q^2)

<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
$Q^2 = 1 - (1 - R^2)$	$Q^2 = 1 - (1 - R^2)$
$Q^2 = 1 - (1 - 0,49)$	$Q^2 = 1 - (1 - 0,58)$
$Q^2 = 1 - 0,51$	$Q^2 = 1 - 0,42$

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$Q^2 = 0,49$$

$$Q^2 = 0,58$$

Sumber: Hasil diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan, Nilai *Q-Square* melebihi nol atau 0,49 dan 0,66. Dapat disimpulkan bahwa analisis *Q2* memiliki nilai *predictive relevance* yang baik.

5. Analisis *Goodness of Fit* (GoF)

Pengujian analisis *Goodness of Fit* (GoF) digunakan untuk mengevaluasi model *structural* dan pengukuran secara keseluruhan. Nilai kategori GoF 0,1 dikategorikan kecil, nilai 0,25 dikategorikan moderat, dan 0,35 dikategorikan besar. Adapun rumus untuk menghitung GoF adalah sebagai berikut:

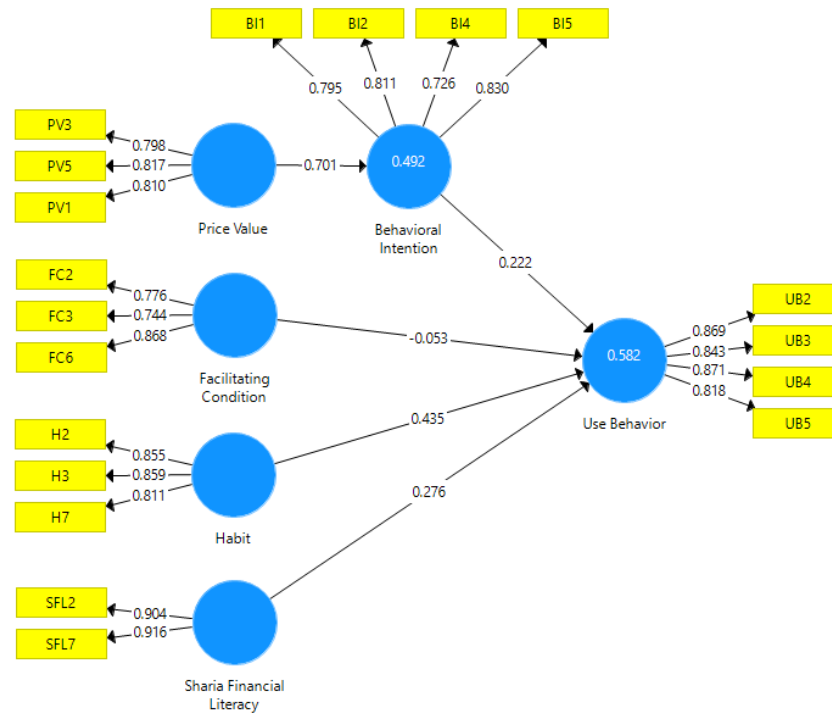
Tabel 4. 47 Hasil Perhitungan *Goodness of Fit* (GoF)

<i>Behavioral Intention</i>	<i>Use Behavior</i>
$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$	$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$
$GoF = \sqrt{0,626 \times 0,492}$	$GoF = \sqrt{0,703 \times 0,582}$
$GoF = 0,554$	$GoF = 0,639$

Sumber: Hasil diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka hasil GoF yang didapat adalah 0,554 dan 0,639 dimana nilai ini lebih besar dari 0,38. Dapat disimpulkan bahwa model yang dibangun pada penelitian ini memiliki *Goodness of Fit* yang baik.

Dengan demikian melakukan tahap analisis pengujian *R-Square*, *Q-Square* dan *Goodness of Fit* maka dapat dikatakan bahwa model yang dibentuk adalah *robust* (kuat). Adapun output *outer model* dan *inner model* pada model PLS-SEM yang sudah melalui tahap pengujian dan dinyatakan *robust* adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 11 Output Model Penelitian SEM-PLS

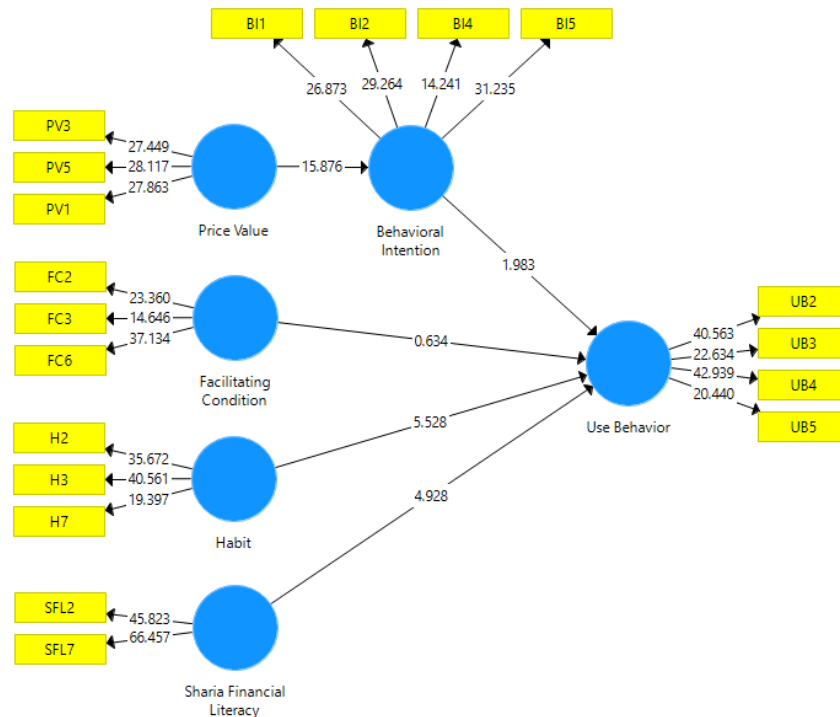
Sumber: Hasil Olah Data dengan Software Smart-PLS

4.5 Pengujian Hipotesis

Pada pembahasan ini akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian yang dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Pada penelitian ini, untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikansi 5% sehingga nilai t-tabel yang digunakan adalah 1,96. Adapun kriteria untuk menyimpulkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t-statistik $< 1,96$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika nilai t-statistik $\geq 1,96$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *one tailed* atau uji satu sisi dengan tujuan untuk melihat pengaruh positif atau negatif suatu variabel terhadap variabel lainnya. Model analisis signifikansi variabel yang diperoleh melalui perhitungan *bootstrapping* digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. 12 Output Model Penelitian SEM-PLS

Sumber: Hasil Olah Data dengan Software Smart-PLS

Untuk melihat penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dilihat dari *bootstrapping report* berikut ini:

Tabel 4. 48 Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Price Value -> Behavioral Intention</i>	0,701	0,703	0,044	15,876	0,000
<i>Facilitating Condition -> Use Behavior</i>	-0,053	-0,047	0,084	0,634	0,263
<i>Habit -> Use Behavior</i>	0,435	0,434	0,079	5,528	0,000
<i>Behavioral Intention -> Use Behavior</i>	0,222	0,218	0,112	1,983	0,024
<i>Sharia Financial Literacy -> Use Behavior</i>	0,276	0,276	0,056	4,928	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS

Berdasarkan *output path coefficients* pada tabel hasil uji hipotesis maka analisis penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dilakukan. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Pengujian Hipotesis I: Tingkat *Price Value* terhadap *Behavioral Intention* Konsumen Muslim Menggunakan Aplikasi Flip pada Proses Transfer Antar Bank

Berdasarkan *output path coefficients* dapat dilihat bahwa variabel *price value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t-statistic* dengan nilai 15,876 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96 dan signifikansi pada alpha 0,5% (*P-values* < 0,05). Dengan demikian rumusan hipotesis adalah menerima:

HA: $\beta > 0$, artinya *price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik *price value* seseorang terhadap penggunaan aplikasi Flip, maka semakin baik pula *behavioral intention* menggunakan aplikasi Flip pada konsumen muslim yang ada di Jawa Barat. Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari lapangan, diterimanya hipotesis ini disebabkan oleh indikator paling tinggi pada variabel *price value* yaitu nilai kemanfaatan yang didapat dari biaya admin yang dikenakan pada aplikasi Flip kepada konsumen muslim. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen muslim sangat baik dalam merasakan kemanfaatan nilai ketika menggunakan aplikasi Flip.

Hal ini mendukung kebenaran model UTAUT 2 yang dikemukakan oleh Venkatesh (2012) yang menyatakan bahwa pandangan antara manfaat yang dirasakan pengguna dengan biaya yang dikeluarkan akan berpengaruh terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan teknologi tersebut. Penelitian terdahulu yang menyatakan pengaruh positif antara variabel *price value* terhadap *behavioral intention* diantaranya adalah penelitian Esawe (2022), Pratiwi dan Nuryana (2021), Penney (2021), Thaker (2020) bahwa *price value* akan positif apabila manfaat yang dirasakan pengguna ketika menggunakan teknologi lebih besar dibandingkan biaya finansial yang dikeluarkan. Sehingga variabel *price value* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* konsumen muslim pada proses transfer antar bank di Jawa Barat.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pada penelitian Pratiwi dan Nuryana (2021) menyatakan pengaruh karena pengguna merasakan bahwa *price value* yang sebanding dengan manfaat dari teknologi tersebut akan meningkatkan keinginan konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip. Konsumen muslim merasakan bahwa biaya lebih murah mempengaruhi pengguna terhadap adopsi layanan digital. Dapat disimpulkan bahwa tingkat manfaat yang dirasakan mengenai biaya yang dikeluarkan akan cenderung mendorong pengguna dalam hal ini konsumen muslim dalam mengadopsi teknologi aplikasi Flip pada proses transfer antar bank di Jawa Barat (Penney, 2021).

Dapat disimpulkan *price value* menjadi pertimbangan utama dalam mendorong niat seseorang untuk menggunakan sebuah aplikasi keuangan digital. Ketika seseorang berniat untuk menggunakan sebuah layanan, mereka cenderung mempertimbangkan apakah harga yang harus mereka bayar sebanding dengan hasil yang mereka dapatkan. Jika *behavioral intention* atau niat awal mendapatkan nilai yang baik pada *price value*, maka seseorang akan cenderung lebih termotivasi untuk melanjutkan tindakan tersebut. Hal ini menguatkan bahwa persepsi nilai harga yang baik dapat memotivasi individu untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan niat awal mereka, terutama dalam konteks pengambilan keputusan dan penggunaan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank.

Namun, pada riset yang dilakukan Solomon Odei- Appiah (2022), Lizar dan Muhammad Yasser (2021), dan Muhammad Taufik Hidayat (2020) yang mendapatkan kesimpulan bahwa nilai harga tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku seseorang dalam menggunakan suatu aplikasi atau layanan. Hal ini menunjukkan dengan tingginya tingkat penggunaan ponsel, pengguna sudah merasa cukup dan belum memerlukan suatu aplikasi fintech. Faktor lain menunjukkan bahwa biaya penggunaan fintech lebih besar daripada manfaat yang diperoleh dari inovasi.

Dengan hasil yang didapatkan berupa temuan pada penelitian ini yang dikaitkan dengan konsep teoretis *price value* dan UTAUT 2 serta didukung oleh hasil empiris yang ada pada penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa hasil

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dari penelitian ini telah sesuai dimana tingkat adanya pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* konsumen muslim pada proses transfer antar bank di Jawa Barat.

2. Pengujian Hipotesis II: Tingkat *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* Konsumen Muslim Menggunakan Aplikasi Flip pada Proses Transfer Antar Bank

Berdasarkan output *path coefficients* pada tabel dapat dilihat bahwa *facilitating condition* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t-statistic* dengan nilai 0,634 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 1,96 dan tidak signifikansi pada *alpha* 0,5% (*P-values* > 0,05). Dengan demikian rumusan hipotesis adalah menerima:

H0: $\beta \leq 0$, artinya *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip.

Hasil ini menunjukan bahwa semakin tinggi atau semakin baik *facilitating condition* seseorang terhadap penggunaan aplikasi Flip, maka semakin tidak memberikan dampak terhadap *use behavior* konsumen muslim yang ada di Jawa Barat dalam menggunakan aplikasi Flip. Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari lapangan, ditolaknyanya hipotesis ini disebabkan oleh indikator paling rendah pada variabel *facilitating condition* yaitu mengenai keterpengaruhan pengguna oleh pendapat teman, keluarga, atau kerabat. Indikator paling rendah lain yang menanyakan mengenai pengendalian dalam penggunaan aplikasi Flip. Sehingga kondisi fasilitas terhadap keputusan konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip tidak berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang dalam pengendalian dalam menggunakan teknologi tersebut dan keterpengaruhan seseorang terhadap penggunaan aplikasi Flip. Sehingga *facilitating condition* terhadap *use behavior* konsumen muslim dalam menggunakan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank di Jawa barat tida berpengaruh.

Hal ini berbeda pada penelitian yang dilakukan Munikrishnan (2022), Esawe (2022), Diva dan Egi (2020), dan Hidayat (2020) yang menemukan bahwa

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

facilitating condition memiliki hubungan dengan keputusan pengguna. Hal ini disebabkan sumber daya, banruan teknis, dan infrastruktur yang baik memfasilitasi dalam menentukan seberapa jauh pengguna dalam menerima teknologi baru. Hal ini juga dikemukakan pada Penney (2021) bahwa akses layanan pada perangkat gawai melalui fitur dan pusat bantuan dapat meningkatkan penggunaan konsumen dalam pemanfaatan sebuah aplikasi.

Dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat kondisi yang memfasilitasi seperti *smartphone* atau pemahaman informasi mengenai suatu aplikasi tidak sejalan dengan motivasi seseorang dalam menggunakan yang menganggap bahwa penggunaan aplikasi Flip belum menjadi kebutuhan sehingga mendorong untuk konsumen tidak menggunakan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nurabiah, Pusparini, dan Fitriyah (2023), Martinez dan McAndrews (2022), Alduais dan Al-Smadi (2022), Mayanti (2022), Pratiwi dan Nuryana (2021) yang menunjukkan bahwa *facilitating condition* tidak mempunyai pengaruh terhadap *use behavior* pengguna. Se jauh dengan penelitian yang dilakukan oleh Onibala (2021) meskipun seseorang memiliki sumber daya seperti *smartphone* untuk menggunakan teknologi, tapi tanpa memiliki pengetahuan yang baik mengenai penggunaannya dan kurangnya mendapat bantuan dari orang lain akan berdampak pada perilaku pengguna.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya kondisi yang memfasilitasi yang baik seperti sumber daya untuk menggunakan sebuah aplikasi tidak mempengaruhi penggunaan seseorang. Dengan hasil yang didapatkan berupa temuan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian yaitu tingkat *facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank di Jawa Barat.

3. Pengujian Hipotesis III: Tingkat *Habit* terhadap *Use Behavior* Konsumen Muslim Menggunakan Aplikasi Flip pada Proses Transfer Antar Bank

Berdasarkan *output path coefficients* dapat dilihat bahwa variabel *habit* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

keputusan konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t-statistic* dengan nilai 5,528 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96 dan signifikansi pada alpha 0,5% ($P\text{-values} < 0,05$). Dengan demikian rumusan hipotesis adalah menerima:

$H_A: \beta > 0$, artinya *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari lapangan, diterimanya hipotesis ini disebabkan oleh indikator paling tinggi pada variabel *habit* yaitu menanyakan mengenai tingkat prioritas responden dalam penggunaan aplikasi Flip. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik *habit* konsumen muslim terhadap penggunaan aplikasi Flip, maka semakin baik pula *use behavior* aplikasi Flip pada konsumen muslim yang ada di Jawa Barat.

Hal ini mendukung teori dari model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 yang dikemukakan oleh Venkatesh (2012) bahwa *habit* didefinisikan sebagai sebuah kebiasaan yang menggambarkan tindakan seseorang yang berulang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman. Onibala (2021) mengatakan bahwa hal ini menunjukkan sejauh mana tingkatan seseorang cenderung untuk berperilaku secara otomatis jika telah terbiasa menggunakan suatu sistem atau layanan termasuk aplikasi Flip.

Pengaruh tingkat *habit* terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip juga telah didukung oleh penelitian terdahulu yang sebagian besar mengemukakan hasil bahwa variabel *habit* memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior*, diantaranya adalah penelitian pada penelitian Nurabiah, Pusparini, dan Fitriyah (2023), Martinez & McAndrews (2022), Hidayat (2020) ditemukan bahwa *habit* memiliki hubungan dengan keputusan pengguna dalam menggunakan sebuah layanan. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna telah terbiasa menggunakan aplikasi *online* sehingga meningkatkan penggunaan dan menjadi kebiasaan. Dimana ketika kebiasaan seseorang baik akan meningkatkan penggunaan aplikasi Flip seseorang pada proses transfer antar bank di Jawa Barat.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dengan hasil yang didapatkan berupa temuan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian yaitu tingkat *habit* berpengaruh terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank di Jawa Barat.

Namun, hasil ini berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh berbeda dengan penelitian Mayanti (2022), Penney (2021), Pratiwi dan Nuryana (2021) yang menunjukkan bahwa *habit* tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku dalam melakukan pembayaran dengan *e-wallet*. Hal ini disebabkan bahwa pengguna belum merasa kecanduan dalam menggunakan sebuah aplikasi dalam transaksi pembayaran.

4. Pengujian Hipotesis IV: Tingkat *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* Konsumen Muslim Menggunakan Aplikasi Flip pada Proses Transfer Antar Bank

Berdasarkan *output path coefficients* dapat dilihat bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-statistic dengan nilai 1,983 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,96 dan tidak signifikansi pada alpha 0,5% ($P\text{-values} > 0,05$). Dengan demikian rumusan hipotesis adalah menerima:

$H_A: \beta > 0$, artinya *behavioral intention* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip.

Hal ini mendukung teori dari model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 yang dikemukakan oleh Venkatesh (2012) bahwa *behavioral intention* untuk menggunakan suatu sistem secara terus menerus disebut niat untuk menggunakan sistem tersebut. Semakin kuat niat seseorang untuk menggunakan teknologi, semakin besar kemungkinannya untuk mengambil keputusan untuk menggunakannya.

Berdasarkan hasil data yang didapatkan dari lapangan, diterimanya hipotesis ini disebabkan oleh indikator paling tinggi pada variabel *behavioral intention* yaitu

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menanyakan mengenai keinginan responden dalam menggunakan aplikasi Flip di masa yang akan datang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin baik *behavioral intention* konsumen muslim terhadap penggunaan aplikasi Flip, maka semakin baik pula *use behavior* aplikasi Flip pada konsumen muslim yang ada di Jawa Barat.

Pengaruh tingkat *behavioral intention* terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip juga telah didukung oleh penelitian terdahulu yang sebagian besar mengemukakan hasil bahwa variabel *behavioral intention* memiliki pengaruh positif terhadap *use behavior*, diantaranya pada penelitian Nurabiah, Pusparini, dan Fitriyah (2023), Munikrishnan (2022), Wut, Lee, dan Xu (2022), Penney (2021), Hidayat (2020). Ketika niat konsumen yang kuat dapat menjadi penggerak kuat seseorang dalam bertindak. Hal ini dapat menguatkan bahwa niat seseorang mencerminkan keinginan dan motivasi individu dalam bertindak dan menjadi langkah awal dalam mendorong perilaku menggunakan aplikasi Flip.

Namun hasil ini berbeda pada riset yang dilakukan pada penelitian McAndrews (2022), Pratiwi dan Nuryana (2021) yang menunjukkan bahwa *behavioral intention* tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku dalam melakukan pembayaran dengan e-wallet. Meskipun niat perilaku umumnya dianggap memiliki pengaruh terhadap perilaku seseorang, dalam hal ini bisa saja konsumen tersebut memiliki niat yang lemah atau tidak konsisten yang membuat mudah dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor-faktor tersebut dapat menjadi sebab seseorang tidak terdorong untuk menggunakan suatu sistem atau aplikasi.

Dengan hasil yang didapatkan berupa temuan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian yaitu tingkat *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank di Jawa Barat.

5. Pengujian Hipotesis V: Tingkat *Sharia Financial Literacy* terhadap *Use Behavior* Konsumen Muslim Menggunakan Aplikasi Flip pada Proses Transfer Antar Bank

Berdasarkan *output path coefficients* dapat dilihat bahwa variabel *sharia financial literacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *t-statistic* dengan nilai 4,928 dimana nilai tersebut lebih besar dari 5,448 dan tidak signifikansi pada alpha 0,5% ($P\text{-values} < 0,05$). Dengan demikian rumusan hipotesis adalah menerima:

$H_A: \beta > 0$, artinya *sharia financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip.

Hal ini menunjukkan semakin tinggi literasi keuangan syariah seseorang, maka semakin memberikan dampak terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip di Jawa Barat. Menurut penelitian Rahim (2016), literasi keuangan syariah diartikan sebagai tanggung jawab agama bagi setiap individu, karena memiliki peran penting dalam mencapai Al-Falah (kesejahteraan di dunia dan akhirat). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Damayanti dan Zakarias (2020), Safitri dan Sari (2021), Dani Setiawan (2021), Nugroho dan Aprilian (2022), Rahma dan Zulaikha (2022) ditemukan bahwa tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan aplikasi keuangan. Tingkat literasi keuangan syariah yang baik dapat signifikan dalam mempengaruhi keputusan keuangan seseorang.

Riset yang dilakukan Rahma dan Zulaikha (2022) literasi keuangan syariah yang baik akan mempengaruhi perilaku seseorang, dimana ketika *sharia financial literacy* yang baik dan didukung keahlian dalam mengambil keputusan dapat menghasilkan industri keuangan yang sehat. Hal ini juga disampaikan Rahim (2016) bahwa umat islam dituntut untuk memiliki pengetahuan dalam hal-hal yang berkaitan dengan urusan kehidupan termasuk pada urusan keuangan melalui *financial technology*. Literasi keuangan yang baik mampu berfungsi strategis guna

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

meningkatkan keahlian pengelolaan keuangan individu menjadi memiliki perilaku seseorang.

Hal ini terbukti dari hasil data yang ditemukan dilapangan, bahwa diterimanya hipotesis ini disebabkan oleh indikator paling tinggi pada variabel yang menanyakan mengenai keyakinan konsumen muslim bahwa kode unik yang dikenakan aplikasi Flip tidak menimbulkan ketidakjelasan dan terhindar dari riba. Ini membuktikan bahwa perdebatan yang terjadi mengenai kode unik pada aplikasi Flip tidak dipermasalahkan oleh beberapa konsumen muslim aplikasi Flip di Jawa Barat pada penelitian ini. Dapat disimpulkan konsumen muslim yang menggunakan aplikasi Flip meyakini bahwa manfaat yang diberikan atas jasa yang ditawarkan sudah sesuai dengan aturan Islam. Ini juga diungkapkan pada studi yang dilakukan oleh Siti Widya Umiyati (2021) yang menganalisis fikih muamalah, penggunaan aplikasi Flip untuk mentransfer dana antar bank dianggap sah. Ini karena transaksi yang terjadi melalui aplikasi tersebut tidak melibatkan unsur riba, maysir, gharar, tadlis, dan bahkan memberikan manfaat dengan mempermudah transaksi transfer dana antar bank yang berbeda. Namun, kajian analisis fikih muamalah mengenai aplikasi *financial technology* khususnya aplikasi Flip masih belum ada dan menjadi keterbatasan penelitian.

Hal ini menguatkan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik terkait keuangan dasar syariah. Dengan hasil yang didapatkan berupa temuan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian yaitu tingkat *sharia financial literacy* berpengaruh terhadap *use behavior* konsumen muslim menggunakan aplikasi Flip pada proses transfer antar bank di Jawa Barat. Beberapa konsumen muslim yang memiliki pemahaman mendalam mengenai keuangan syariah dan produk-produk keuangan syariah. *Sharia Financial literacy* membantu konsumen lebih sadar akan implikasi etika dari keputusan mereka. Ini dapat mendorong kecenderungan seseorang agar lebih berhati-hati dalam memilih produk atau layanan jasa keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai moral dan keyakinan mereka.

Zahrah Fauziah, 2023

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN MUSLIM MENGGUNAKAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY* FLIP PADA PROSES TRANSFER ANTAR BANK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmanto (2023), Addury (2020), Rahma dan Sari (2017) mendapatkan kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah tidak secara langsung mempengaruhi penggunaan teknologi untuk meningkatkan keuangan seseorang dengan baik.