

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI RISIKO, DAN
PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PEMBIAYAAN MITRAGUNA *ONLINE*
BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN KEMUDAHAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Oleh
MUFIDA AULIYAUN NISAA
NIM: 08040421160



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN

Saya, Mufida Auliyaun Nisaa, 08040421160, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 18 Desember 2024



Mufida Auliyaun Nisaa
NIM 08040421160

Surabaya, 06 Desember 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEI
NIP. 199103162019031013

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI RISIKO, DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNAKAN PEMBIAYAAN MITRAGUNA *ONLINE* BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN KEMUDAHAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh
Mufida Auliyaun Nisaa
NIM: 08040421160

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 2 Januari 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Muhammad Iqbal Surya Praktikto, M.SEI
NIP: 199103162019031013
(Penguji 1)
2. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M
NIP: 197608022009122002
(Penguji 2)
3. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP: 198509042019031005
(Penguji 3)
4. Ahmadun Najah, M.H.I.
NIP: 197709152005011004
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....



Surabaya, 2 Januari 2025

Dekan,

Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mufida Auliyaun Nisaa
NIM : 08040421160
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : mufidaauliyaunnisaa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI RISIKO, DAN PERSEPSI MANFAAT
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MITRAGUNA
ONLINE BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN KEMUDAHAN SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Februari 2025

Penulis

(Mufida Auliyaun Nisaa)

ABSTRAK

Pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan di luar usaha umumnya bersifat perorangan untuk memenuhi kebutuhan sekunder. Pembiayaan konsumtif inilah yang diminati oleh masyarakat untuk berkontribusi dalam meningkatkan daya beli masyarakat guna merealisasikan keinginan maupun kebutuhan dalam proses konsumsi.

Penelitian yang berjudul "**Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Mitraguna Online Bank Syariah Indonesia Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Moderasi.**" Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembiayaan konsumtif dengan kemudahan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer melalui kuesioner. Dengan menggunakan metode sampel jenuh, penelitian ini menggunakan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian yang berjumlah 60 nasabah pembiayaan Mitraguna Online. Dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 30.0.0.0, analisis data yang dilakukan meliputi uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji *Moderate Regression Analysis* (MRA), dan terakhir dilakukan pengujian hipotesis.

Dari hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa secara parsial variabel pengetahuan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan pembiayaan Mitraguna Online BSI. Namun, kemudahan sebagai variabel moderasi ditemukan tidak dapat memoderasi pengaruh pengetahuan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan pembiayaan Mitraguna Online BSI. Sedangkan secara simultan, variabel pengetahuan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pembiayaan Mitraguna Online Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini memberikan saran untuk meningkatkan keputusan menggunakan pembiayaan Mitraguna Online BSI, dengan Bank Syariah Indonesia fokus pada peningkatan pengetahuan nasabah, mengurangi persepsi risiko, dan meningkatkan persepsi manfaat. Dengan memperkuat program edukasi, meningkatkan transparansi, serta mempermudah akses dan penggunaan layanan, BSI dapat mengoptimalkan keputusan pembiayaan konsumtif dan memperkuat posisi mereka di pasar digital syariah.

Kata kunci: pengetahuan, persepsi risiko, persepsi manfaat, pembiayaan konsumtif, BSI Mitraguna Online

ABSTRACT

Consumer financing is a type of financing provided for purposes outside of business, generally individual, to meet secondary needs. This consumer financing is what is in demand by the community to contribute to increasing people's purchasing power in order to realize desires and needs in the consumption process.

The study entitled "**The Influence of Knowledge, Risk Perception, and Benefit Perception on the Decision to Use Bank Syariah Indonesia's Mitraguna Online Financing with Convenience as a Moderating Variable.**" The purpose of this study was to determine the influence of knowledge, risk perception, and benefit perception on consumptive financing decisions with convenience as a moderating variable. This study is quantitative in nature using primary data sources through questionnaires. By using a saturated sample method, this research used all members of the population as research samples, totaling 60 Mitraguna Online financing customers. Using IBM SPSS Statistics 30.0.0.0 software, the data analysis carried out included research instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression testing, Moderate Regression Analysis (MRA) testing, and finally hypothesis testing.

From the results of the tests carried out in this study, it was found that partially the variables of knowledge, risk perception, and benefit perception had a significant influence on consumptive financing decisions at Mitraguna Online BSI. However, convenience as a moderating variable was found to be unable to moderate the influence of knowledge, risk perception, and benefit perception on consumptive financing decisions at Mitraguna Online BSI. Meanwhile, simultaneously, the variables of knowledge, risk perception, and benefit perception can have a positive and significant effect on the decision of Mitraguna Online Bank Syariah Indonesia's consumptive financing.

This study provides suggestions to improve the decision of Mitraguna Online BSI's consumptive financing, with Bank Syariah Indonesia to focus on increasing customer knowledge, reducing risk perception, and increasing benefit perception. By strengthening education programs, increasing transparency, and facilitating access and use of services, BSI can optimize consumptive financing decisions and strengthen their position in the digital sharia market.

Keywords: knowledge, risk perception, benefit perception, consumptive financing, BSI Mitraguna Online

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN DEPAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Teori Perilaku Konsumen	15
2.2. Teori TAM	16
2.3. Keputusan Pembiayaan	17
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembiayaan	17
2.3.1. Indikator Keputusan	20
2.4. Pengetahuan	22
2.4.1. Pengertian Pengetahuan	22
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan	23
2.2.3. Indikator Pengetahuan	25
2.3. Persepsi Risiko	26
2.3.1. Pengertian Persepsi Risiko	26
2.3.2. Indikator Persepsi Risiko	28
2.4. Persepsi Manfaat	29
2.4.1. Pengertian Persepsi Manfaat	29

2.4.2.	Indikator Persepsi Manfaat	30
2.5.	Kemudahan.....	31
2.5.1.	Pengertian Kemudahan	31
2.5.2.	Indikator Kemudahan.....	32
2.6.	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembiayaan Konsumtif Mitraguna <i>Online</i> BSI	33
2.7.	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembiayaan Konsumtif Mitraguna <i>Online</i> BSI	34
2.8.	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembiayaan Konsumtif Mitraguna <i>Online</i> BSI	35
2.9.	Penelitian Terdahulu.....	36
2.10.	Pengembangan Hipotesis	48
2.11.	Kerangka Konseptual.....	50
BAB III	METODE PENELITIAN	52
3.1.	Jenis Penelitian	52
3.2.	Tempat atau Waktu Penelitian	52
3.3.	Populasi dan Sampel	53
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	54
3.5.	Jenis dan Sumber Data	61
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	62
3.7.	Teknik Analisis Data	63
3.8.	Pengujian Hipotesis	68
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1.	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	71
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	78
4.4.	Pembahasan	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1.	Kesimpulan.....	105
5.2.	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN.....		115

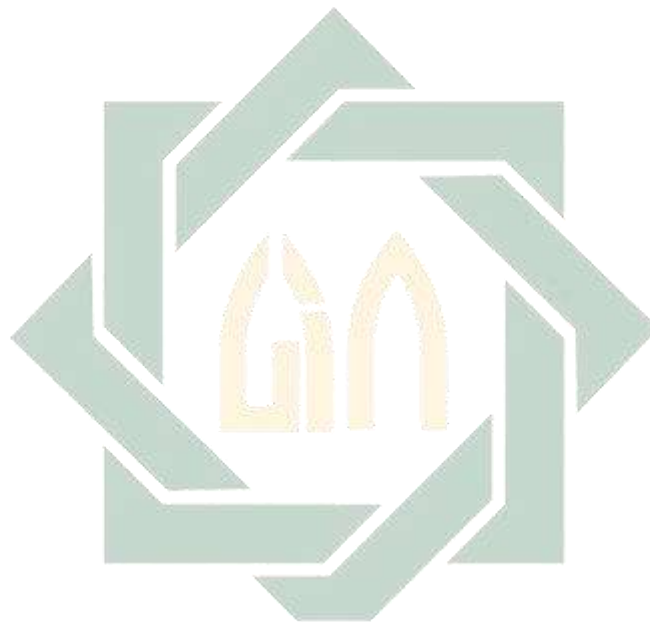
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional	54
Tabel 3.2 Skala Likert	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	80
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastitas.....	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Moderate Regression Analysis (MRA)</i>	86
Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial)	88
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2).....	91

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pembiayaan Berdasarkan Jenis Penggunaan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah	3
Gambar 1.2 Komposisi Produk Pembiayaan BSI pada Segmen Konsumer	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	51
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Mojokerto Gajah Mada.....	76



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F. (2019). *Analisis Dampak Pembiayaan Konsumtif Bank Syariah Terhadap Budaya Konsumerisme Masyarakat (Studi pada BPRS Bandar Lampung)*.
- Afif, M., & Samsuri, A. (2022). Integration of Fintech and Islamic Banking in Indonesia: Opportunities and Challenges. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 17(1), 27–38. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.7051>
- Ahmadsyah, I., Rahmati, R., & Aufa, S. (2019). Analisis Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Investasi, Dan Pembiayaan Konsumtif Terhadap Total Aset Bank Aceh Periode 2016-2019. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 2(3), 152. <https://doi.org/10.29103/jeru.v2i3.2095>
- Akbar, F. (2023). *Pengaruh Inklusi Keuangan, Profit And Loss Sharing Terhadap Pembiayaan Kur Bank Syariah Indonesia Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah Indonesia KC Basuki Rahmat Palu) [Universitas Islam Negeri Datokarama Palu 2023]* [Universitas Islam Negeri Datokarama Palu 2023]. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.01.002><https://doi.org/10.1016/j.cstp.2023.100950><https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.04.007><https://doi.org/10.1016/j.trd.2021.102816><https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.03.015><https://doi.org/10.1016/j>
- Akbar, M. S. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Muslim di Kota Malang Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *E-Journal*, 2(July), 47–49.
- Alfikaromah, L., & Nurhidayati, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro Di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(2), 161–174. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i2.2217>
- Amien, M. I., & Noor, I. (2022). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Tentang Akad Pembiayaan Syariah, Dan Promosi Bank Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Pembiayaan Hunian Syariah Berbasis Akad Murabahah. *IEFF (Islamic Economics and Finance in Focus)*, 1(4), 388–400.
- Arimbi, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi (Vol. 10, Issue 2, pp. 1–23)*.

- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Astuti, W. P. (2020). *Analisis Kelayakan Agunan Terhadap Keputusan Pemberian Pembiayaan Konsumer Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro*.
- BPS. (2024). Statistik Indonesia 2024. In *Badan Pusat Statistik*. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- BSI. (2023). Public Expose 2023. In *PT Medikaloka Hermina Tbk*.
- Chotimah, S. N., Roestiono, H., & Suharmiati, S. (2022). Tinjauan Proses Pembiayaan Nasabah Konsumer pada Bank Syariah Indonesia Area Financing Operation Kantor Cabang Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(3), 277–288. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i3.1527>
- Dari, J. W. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Dan Sosialisasi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Penghimpun Dana (Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan)*.
- Fadhilah, L. L. P. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim*.
- Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>
- Febria, A. (2019). *Efek Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi pada Pengaruh Kebijakan Utang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Fitriyah, A. (2023). *Pengaruh pengetahuan produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih kredit usaha rakyat (KUR) Syariah pada BSI KCP Arjawinangun*.
https://repository.syekhnurjati.ac.id/12388/%0Ahttps://repository.syekhnurjati.ac.id/12388/1/1908203207_1_cover.pdf
- Hadiat, Mukhlas, O. S., & Rusyana, A. Y. (2024). Implementasi Pembiayaan Musyarakah Mutanaqisah di Perbankan Syariah Indonesia. *Cantaka : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 74–87.

- Hakim, M. A., & Aminah. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitraguna (Studi Kasus Bsi Ampera). *Prosiding Seminar Nasioanal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1).
- Hidir, N., Kara, M., & Yunus, A. R. (2022). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) Setelah Merger. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 1045–1054. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2284>
- Ihsan, N., Hadi, N., & Pratikto, M. I. S. (2022). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Wilayah Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 57. <https://doi.org/10.29300/ba.v7i1.5399>
- Irtiqouli'ulya, P. S., & Yazid, M. (2024). Prosedur Pemberian Pembiayaan BSI KUR (Kredit Usaha Rakyat) Sebagai Bentuk Manajemen Risiko Pembiayaan Pada BSI KCP Gudang Garam Kediri. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 11(2), 76–83.
- Izniyah, Rahmawati, D. E., Anggraini, D. A., Fahmi, S. M. D., Nawwaf, M., & Huda, B. (2024). Tren Filantropi Modern: Inovasi dan Dampak Shadaqah Berbasis Digital pada Platfrom Crowdfunding Kitabisa.com. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 497–514.
- Khairussyifa, S., Rokan, M. K., & Irham, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Pelajar tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk BSI: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 432–445. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.3609>
- Kusumawardani, E. R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Link Aja Syariah (Studi pada transaksi makanan halal di solo raya). *Skripsi*, 135.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 375–386. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>
- Lestari, C. V., Lubis, T. A., & Solikhin, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Karyawan Perum Bulog Kanwil Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 28–37. <https://repository.unja.ac.id/21359/>

- Lubis, N. A. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan persepsi Risiko Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) : Studi Kasus Nasabah BSI KCP Gubug*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Mahendra, I. (2018). Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Mengevaluasi Penerimaan Pengguna Terhadap Sistem Informasi Pada PT. Ari Jakarta. *Jurnal Sistem Inforasi STMIK Antar Bangsa*, V(2), 183–195. www.ekbis.sindonews.com,
- Muhammad, N., Yoga, A. T., & Mukhlis, I. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan pengajuan, promosi terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan studi kasus di bank syariah Indonesia KC Malang Soetta. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(1), 91–104. <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p91-104>
- Muqaddas, D. (2023). *Pengaruh pengetahuan dan sosialisasi perbankan syariah terhadap minat santri menggunakan produk bank syariah (studi pada santri pondok pesantren Ar-raudhatun nabawiyah)*.
- Ningcahya, I. R., & Rahmawati, L. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel). *AL-IQTISHADIIYAH: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1).
- Nurdina, R Yudi Sidharta, & Aisyah Devi Irawati. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Suku Bunga, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Akuntansi). *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 29(1), 54–61.
- Nurholis, A., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking pada Nasabah Bank BCA di KCU Margonda Depok. *Human Capital Development*, 10(1), 1–16. <http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>
- Paden, O., Sihombing, J. J., Irwan, A., Agusta, T., Bung, U., & Jakarta, K. (2024). Analisis Dampak Resiko Pinjaman Online Terhadap Mahasiswa. *Jurnal Simasi : Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 4(1), 98–113.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*

Akuntansi & Manajemen (3rd ed.). Widya Gama Press Stie Widya Gama Lumajang.

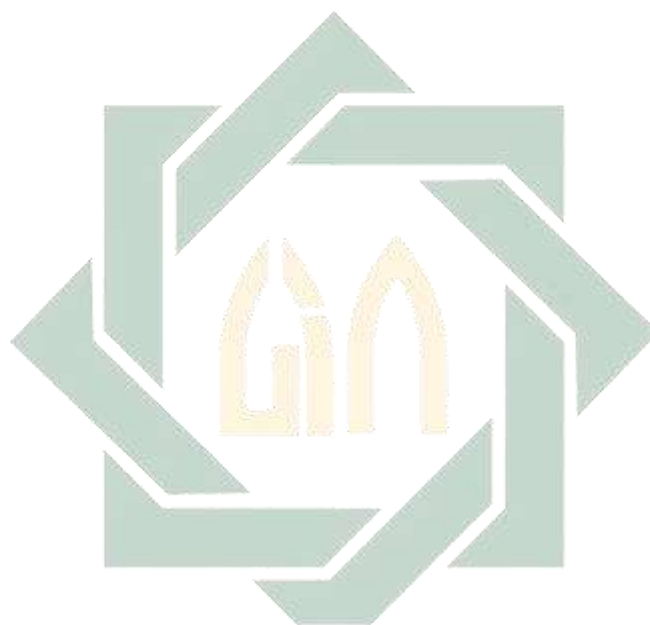
- Prajogo, U., & Rusno, R. (2022). Persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman online dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel moderasi. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 22–32. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6680>
- Putra, A. R. (2023). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Persepsi Nasabah Dan Pengetahuan Produk Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Indonesia (Ex Bank Syariah Mandiri) Kcp Malang Pasar Besar. *Islamic Economics and Finance in Focus.*, 2(1), 103–115. <http://dx.doi.org/10.21776/ieff>.
- Putri, F. L. (2021). *Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja*. 3(2), 6.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.
- Putri, T. G., & Amin, M. N. (2024). Penggunaan Fintech Pinjaman Online Dengan Kemudahan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 175–184.
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (Vol. 44, Issue 8). [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157–168. <https://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/econbank/article/view/215>
- Rismalia, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 561–588. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>
- Roni, A., Khotib, W., & Nadhifah, T. ' (2022). Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Pembiayaan Implan di BSM (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Muara Bungo). *Sosio Akademika*, 12(2), 73.

journal.iaismqbangko.ac.id

- Rozali, A., & Maulana, A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Tapcash BNI. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 187–199.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Sapitri, A. (2023). *Pengaruh Promosi 7P Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Pada Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT BPRS Lampung Barat Perseroda)*.
- Saputra, D. (2024). *Analisis Pengaruh Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI.
- Sekar Nadia Lestari, & Amaliah, I. (2023). Faktor-Faktor yang Menentukan Keputusan Nasabah Pembiayaan Mitraguna Berkah Bank Syariah Indonesia : Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bandung Asia Afrika. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(2), 505–514. <https://doi.org/10.29313/bcses.v3i2.9190>
- Siregar, N. M. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Dengan Menggunkan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Pada Generasi Z (Studi Kasus Snatri MA'had Al-Jami'ah UIN Walisongo Semarang)*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2021). Pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–10.
- Suryani, D. F., Rokan, M. K., & Ahmadi Rahmani Bi, N. (2023). Pengaruh Layanan M-Banking , Religiusitas , dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Di Bank Syariah. *Pengaruh Layanan M-Banking, Religiusitas, Dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Dian*, 5(1), 157–165. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.4011>
- Triasih, R. (2018). Pengaruh Promosi Melalui Social Media Dan Word of Mouth

Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Melakukan Pembiayaan (Studi Pada Nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Chandra). *Lampung: UIN Raden Intan. SKRIPSI*, 1–129.

Wahyulkarima, A. (2018). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 51. <https://doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A