

**ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN KUR SYARIAH
DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*)
DENGAN *SHARIAH COMPLIANCE* SEBAGAI VARIABEL
MODERATING**



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

PURNAMA RAYA SIKUMBANG
NIM. 21 50200010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN KUR SYARIAH
DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*)
DENGAN *SHARIAH COMPLIANCE* SEBAGAI VARIABEL
MODERATING**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PURNAMA RAYA SIKUMBANG
NIM. 21 50200010
PADANGSIDIMPUAN

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN KUR SYARIAH
DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*)
DENGAN *SHARIAH COMPLIANCE* SEBAGAI VARIABEL
MODERATING**



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

PURNAMA RAYA SIKUMBANG
NIM.2150200010



PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL
NIP. 19680704 200003 1 003


Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 19870521 201503 2 004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal: Tesis
a.n. **Purnama Raya Sikumbang**

Padangsidempuan, Juni 2024
Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana program magister
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap Tesis a.n. **Purnama Raya Sikumbang** yang berjudul *Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (Theory of Planned Behavior) dengan Shariah Compliance Sebagai Variabel Moderating*, maka kami berpendapat bahwa Tesis ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan tesis-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL
NIP. 19680704 200003 1 003

PEMBIMBING II



Dr. Utari/Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 19870521 201503 2 004

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Purnama Raya Sikumbang
NIM : 2150200010
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun Tesis ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 4 Tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Padangsidempuan, Juni 2024

Saya yang Menyatakan,



Purnama Raya Sikumbang
NIM. 2150200010

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Purnama Raya Sikumbang
NIM : 2150200010
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pascasarjana : Pascasarjana Program Magister
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (Theory Of Planned Behavior) dengan Shariah Compliance Sebagai Variabel Moderating” Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada Tanggal : Juni 2024
Saya yang Menyatakan,



Purnama Raya Sikumbang
NIM. 2150200010

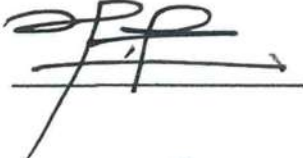





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Tel. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQOSYAH TESIS**

Nama : Purnama Raya Sikumbang
NIM : 21 50200010
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan Kur Syariah Dengan Model Tpb
(Theory Of Planned Behavior) Dengan Shariah Compliance Sebagai Variabel
Moderating

NO.	NAMA	TANDA TANGAN
1.	Prof. Dr. Ibrahim siregar, MCL Ketua/ Penguji Umum	
2.	Dr. Utari Evi Cahyani, SP., MM Sekretaris/ Penguji Utama	
3.	Dr. Budi Gautama, S.Pd., M.M Anggota/ Penguji isi & Bahasa	
4.	Prof. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Anggota/ Penguji Utama	

Pelaksanaan Ujian Munaqosyah Tesis
di : Padangsidimpuan
Tanggal : 16 Mei 2024
Pukul : 08.00 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 85 (A)





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 551/Un.28/AL/PP.00.9/07/2024

JUDUL TESIS : ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN
KUR SYARIAH DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF
PLANNED BEHAVIOR*) DENGAN *SHARIAH
COMPLIANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERATING
NAMA : PURNAMA RAYA SIKUMBANG
NIM : 2150200010

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Magister Ekonomi (M.E.)

Padangsidimpuan, 3 Juli 2024

Direktur

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL
19680704 200003 1 003

ABSTRAK

Nama : Purnama Raya Sikumbang
NIM : 2150200010
Judul : Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating

Pegadaian menjadi alternatif bagi masyarakat yang mencari pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, namun sebagian nasabah memiliki pandangan negatif terhadap pembiayaan KUR Syariah karena kurangnya pemahaman dan stigma terhadap produk keuangan syariah. Beberapa nasabah lebih memilih produk keuangan konvensional karena dianggap lebih menguntungkan. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku nasabah pembiayaan KUR syariah dengan model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *shariah compliance* sebagai variabel moderating. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknik *accidental sampling* dan diperoleh 356 responden di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Metode SEM-PLS dengan aplikasi WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan sikap dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Sedangkan, norma subjektif tidak berpengaruh terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Selain itu, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Tetapi, *shariah compliance* tidak efektif memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Implikasinya adalah pegadaian dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan dan menyebarkan informasi tentang program KUR Syariah, serta meningkatkan norma subjektif yang mendukung penggunaannya. Dengan demikian, penerapan Model TPB dapat menjadi alat yang berguna dalam merancang kebijakan dan program yang bertujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM melalui produk-produk syariah. Maka, pegadaian diharapkan untuk terus mengembangkan program-program yang mempromosikan kesesuaian pembiayaan KUR dengan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan. Hal ini dapat memperkuat citra dan kepercayaan nasabah terhadap produk keuangan syariah.

Kata Kunci: Pembiayaan KUR, Perilaku Nasabah, *Theory of Planned Behavior*, *Shariah Compliance*

ABSTRACT

Name : Purnama Raya Sikumbang
Reg. Number : 2150200010
Title : Analysis of Customer Behavior in Sharia Microloan Financing Using the TPB (Theory of Planned Behavior) Model with Shariah Compliance as a Moderating Variable

Pawnshops have become an alternative for individuals seeking financing in accordance with Sharia principles. However, some customers hold negative views towards Sharia Microloan Financing due to lack of understanding and stigma surrounding Islamic financial products. Some customers prefer conventional financial products as they are perceived to be more beneficial. Therefore, this research aims to explore customer behavior in utilizing Sharia Microloan Financing by employing the TPB (Theory of Planned Behavior) model, where Shariah compliance serves as a moderating variable. This study adopts a quantitative approach using accidental sampling technique, involving 356 respondents at Pegadaian UPC Natal Barumun, Padang Lawas Regency. The Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) method using WarpPLS 7.0 application is utilized to analyze the data. The findings indicate that attitude and perceived behavioral control positively and significantly influence customers' intention to use Sharia Microloan Financing at Pegadaian UPC Natal Barumun, Padang Lawas Regency. However, subjective norm does not significantly influence this intention. Additionally, this intention also significantly affects customers' actual behavior in utilizing Sharia Microloan Financing. Nonetheless, it is found that Shariah compliance does not effectively moderate the relationship between intention and customer behavior in using Sharia Microloan Financing. The implications of these findings suggest that Pegadaian needs to design more effective strategies to promote and disseminate information about Sharia Microloan Financing programs, as well as enhance subjective norms that support its usage. Moreover, the application of the TPB model can serve as a useful tool in designing policies and programs aimed at enhancing access to financing for MSMEs through Islamic products. Therefore, Pegadaian is encouraged to continue developing programs that promote the alignment of Sharia Microloan Financing with Sharia principles in financial management, thereby strengthening customers' perception and trust in Islamic financial products.

Keywords: Microloan Financing, Customer Behavior, Theory of Planned Behavior, Shariah Compliance

المُلخَصُ

الاسم : بورناما رايا سيكومبانغ

الرقم القديم : ٢١٥٠٢٠٠٠١٠

العنوان : تحليل سلوك عملاء التمويل الإسلامي بناءً على نموذج نظرية السلوك المخطط مع الامتثال الشرعي كمتغير تعديلي

كان مكتب الرهنيات بديلاً للأفراد الذين يسعون للحصول على تمويل يتماشى مع مبادئ الشريعة الإسلامية، ومع ذلك فإن بعض العملاء لديهم آراء سلبية تجاه قروض الأعمال الصغيرة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية (KUR Syariah) بسبب الافتقار إلى الفهم والوصم الذي يحيط بالمنتجات المالية الإسلامية. ونتيجة لذلك، يفضل بعض العملاء المنتجات المالية التقليدية، ويرون أنها أكثر فائدة. ولذلك، فإن الهدف من هذا البحث هو دراسة سلوك عملاء التمويل الشرعي من (KUR Syariah) باستخدام نموذج نظرية السلوك المخطط (TPB)، مع الالتزام بالشريعة كمتغير معتدل. استخدمت هذه الدراسة الكمية تقنيات أخذ العينات العرضية، حيث جمعت ٣٥٦ مشاركاً من Pegadaian UPC Natal Barumun في منطقة Padang Lawas. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية - المربعات الصغرى الجزئية (SEM-PLS) مع WarpPLS 7.0 للتحليل. تشير النتائج إلى أن الموقف والتحكم السلوكي المتصور يؤثران بشكل كبير على نوايا العملاء لاستخدام تمويل KUR Syariah في Pegadaian UPC Natal Barumun. ومع ذلك، فإن المعايير الذاتية لا تؤثر على نوايا العملاء لاستخدام تمويل KUR Syariah. بالإضافة إلى ذلك، هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نوايا وسلوك عملاء التمويل KUR Syariah. ومع ذلك، فإن الالتزام بالشريعة لا يخفف بشكل فعال العلاقة بين النوايا وسلوك عملاء تمويل KUR Syariah. وبالتالي، يمكن لمكتب الرهنيات تصميم استراتيجيات أكثر فعالية لتعزيز ونشر المعلومات حول برنامج KUR Syariah، بالإضافة إلى تعزيز المعايير الذاتية الداعمة لاستخدامه. وبالتالي، فإن تنفيذ نموذج TPB يمكن أن يكون بمثابة أداة مفيدة في تصميم السياسات والبرامج التي تهدف إلى تحسين الوصول إلى التمويل للشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (UMKM) من خلال المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية. ولذلك، يتم تشجيع مكتب الرهنيات على مواصلة تطوير البرامج التي تعزز مواءمة تمويل KUR مع مبادئ الشريعة الإسلامية في الإدارة المالية. وهذا يمكن أن يعزز تصور وثقة العملاء في المنتجات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: (KUR)، سلوك العملاء، نظرية السلوك المخطط، الالتزام بالشريعة الإسلامية

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa atas segala petunjuk dan bantuannya, Tesis ini berhasil diselesaikan dengan judul “Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating,” sebagai syarat untuk meraih gelar Magister Ekonomi dari Pascasarjana Program Magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Salam dan doa yang penuh kesungguhan saya kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan utama dalam segala bidang kehidupan. Beliau memberikan panduan bagi kita untuk mencapai kehidupan yang mulia, baik di dunia maupun di akhirat.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini, terdapat beberapa kekurangan yang timbul karena berbagai hambatan. Namun, dengan dukungan, petunjuk, serta kerjasama dari semua pihak, dan juga berkat pertolongan dari Allah, semua tantangan dapat diatasi. Dengan rasa hormat dan kebahagiaan yang tulus, saya ingin menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada semua yang telah memberikan bantuan, termasuk kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta wakilnya.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Direktur Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta wakilnya.
3. Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu member motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Saya ingin menyampaikan penghargaan yang besar kepada Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL dan Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M., sebagai pembimbing pertama dan kedua. Terima kasih atas kesediaan mereka memberikan arahan, bimbingan, dan panduan yang sangat berharga dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan kepada Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., sebagai Kepala Perpustakaan, beserta staf perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Terima kasih atas akses dan bantuan yang telah diberikan dalam memperoleh sumber bacaan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Tesis ini.
7. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada para dosen di Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Terima kasih atas pengetahuan dan semangat yang sangat berharga yang telah mereka berikan kepada saya selama kuliah.

8. Penghargaan yang sangat istimewa saya tujukan kepada Ayah dan Ibu tercinta. Terima kasih atas pendidikan dan doa yang tak pernah henti, yang telah menjadi pondasi utama dalam hidup saya serta memberikan dukungan moral dan materi yang luar biasa dalam penyelesaian tesis ini.
9. Penghargaan yang sangat istimewa saya tujukan kepada Alm. Ayahku dan Umma tercinta, ketiga saudara kandungku Nur Ainun Sikumbang, Ihot Marito Sikumbang, Mangedar Martua dan semua keponakanku. Terima kasih atas pendidikan dan doa yang tak pernah henti, yang telah menjadi pondasi utama hidup saya, serta memberikan dukungan moral dan materi yang luar biasa dalam penyelesaian tesis ini.
10. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Wanda Khairun Nasirin, M.E., yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tesis ini. Serta, terima kasih kepada Izzatul Jannah, S.E. dan suami atas support dan keringanan hati dalam memberikan waktu dan tenaga di setiap proses penyelesaian tesis ini.
11. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada saudara-saudara, keluarga, dan rekan-rekan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan atas dukungan moral dan semangat yang telah diberikan selama perjalanan penelitian ini. Semoga Allah memberikan balasan yang lebih besar atas segala kebaikan yang telah diberikan selama proses ini.

Peneliti juga ingin menyatakan rasa syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa, karena dengan anugerah-Nya, Tesis ini berhasil diselesaikan dengan baik. Harapannya adalah agar Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan rekan-rekan peneliti. Peneliti menyadari keterbatasan dalam kemampuan dan

pengalaman yang dimiliki. Kesadaran akan ketidaksempurnaan Tesis ini sangat kuat. Oleh karena itu, peneliti berharap untuk menerima masukan kritik dan saran yang konstruktif guna meningkatkan kualitas tesis ini. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk, dan perlindungan kepada kita semua. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, Juni 2024



Purnama Raya Sikumbang
NIM. 2150200010

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak di lambangkan	Tidak di lambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	šad	š	s (dengan titik dibawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	···	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.




1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, translit erasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah danya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, translit erasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua, yaitu:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, translit erasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhirnya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٲ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan

diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, mau pun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR ISI

COVER DEPAN	
COVER DALAM	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI	
PENGESAHAN DIREKTUR PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER	
BERITA ACARA YUDISIUM	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
المُلخَصُ	iii
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	14
C. Batasan Masalah	15
D. Definisi Operasional Variabel	16
E. Rumusan Masalah	19
F. Tujuan Penelitian	20
G. Kegunaan Penelitian	21
H. Sistematika Pembahasan	22
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Kerangka Teori	24
1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	24
a. Pengertian <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	24
b. Background Faktor Intensi	28
c. Faktor-Faktor Intensi Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB	30
2. Pembiayaan	33
a. Pengertian Pembiayaan	33
b. Prinsip-Prinsip Pembiayaan	36
c. Tujuan Pembiayaan	36
d. Unsur-Unsur Pembiayaan	37
e. Rukun-Rukun Pembiayaan	38
f. Pembiayaan KUR Syariah.....	38
3. <i>Shariah Compliance</i>	46
a. Pengertian <i>Shariah Compliance</i>	46
b. Indikator <i>Shariah Compliance</i>	48
c. Fungsi <i>Shariah Compliance</i>	49

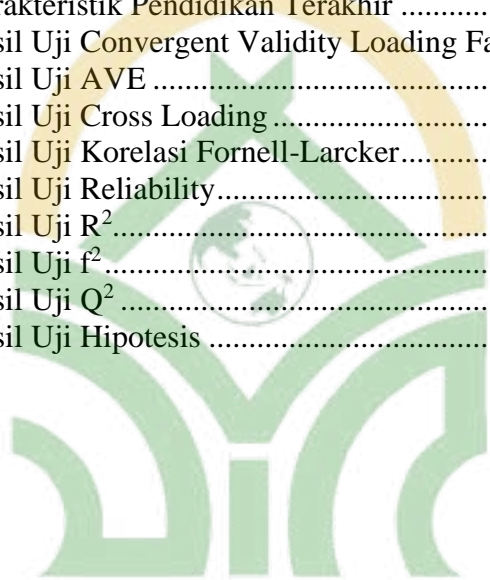
d. Ketentuan <i>Shariah Compliance</i>	50
e. Tujuan <i>Shariah Compliance</i>	52
B. Penelitian Terdahulu.....	53
C. Kerangka Pikir	83
D. Hipotesis	84
BAB III METODE PENELITIAN	86
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	86
1. Lokasi Penelitian	86
2. Waktu Penelitian.....	86
B. Jenis Penelitian	86
C. Populasi dan Sampel	87
1. Populasi.....	87
2. Sampel	87
D. Instrumen Pengumpulan Data	89
E. Teknik Analisis Data	91
1. Analisis Model Luar (<i>Outer Models</i>)	92
2. Analisis Antar Variabel (<i>Inner Models</i>)	93
3. Pengujian Hipotesis	95
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	97
A. Gambaran Umum Pegadaian.....	97
1. Sejarah Pegadaian	97
2. Profil Pegadaian Syariah UPC Natal Barumun	100
B. Gambaran Umum KUR Syariah	102
1. Pengertian KUR Syariah.....	102
2. Tujuan KUR Syariah	104
3. Sasaran Program KUR Syariah	105
4. Penerima KUR Syariah.....	106
5. Penyalur KUR Syariah	106
6. Persyaratan KUR Syariah	107
7. Cara Pengajuan KUR Syariah	107
8. Ketentuan Umum KUR Syariah	108
9. Ketentuan Khusus Produk KUR Syariah.....	108
C. Deskripsi Responden Penelitian.....	109
1. Karakteristik Jenis Kelamin.....	109
2. Karakteristik Usia	110
3. Karakteristik Pekerjaan.....	110
4. Karakteristik Pendidikan Terakhir.....	111
D. Hasil Analisis Data Penelitian	112
1. Hasil Uji <i>Outer Model</i>	112
a. Uji Validitas Konvergen.....	112
b. Uji <i>Discriminant Validity</i>	116
c. Uji Reliabilitas.....	118
2. Hasil Uji <i>Inner Model</i>	119
a. <i>Coefficient Of Determination (R²)</i>	119
b. <i>Effect Size (f²)</i>	120
c. <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	121

3. Hasil Uji Hipotesis.....	122
a. Uji Hipotesis.....	122
b. Model Struktural Penelitian	124
4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	126
a. Pengaruh Antara Sikap Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas	126
b. Pengaruh Antara Norma Subjektif Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas	129
c. Pengaruh Antara Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas	132
d. Pengaruh Antara Intensi Terhadap Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.....	135
e. <i>Shariah Compliance</i> Efektif Memoderasi Pengaruh Antara Intensi Terhadap Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.....	138
E. Keterbatasan Penelitian.....	143
BAB V PENUTUP.....	145
A. Kesimpulan	145
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	146
C. Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA	150
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel	16
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	70
Tabel III.1	Skala Likert	90
Tabel III.2	Kisi-Kisi Angket Variabel Penelitian	91
Tabel III.3	Kriteria Outer Model	92
Tabel III.4	Kriteria Inner Model	94
Tabel III.5	Kriteria Hipotesis	95
Tabel IV.1	Karakteristik Jenis Kelamin	109
Tabel IV.2	Karakteristik Usia	110
Tabel IV.3	Karakteristik Pekerjaan	111
Tabel IV.4	Karakteristik Pendidikan Terakhir	112
Tabel IV.5	Hasil Uji Convergent Validity Loading Factor	113
Tabel IV.6	Hasil Uji AVE	115
Tabel IV.7	Hasil Uji Cross Loading	116
Tabel IV.8	Hasil Uji Korelasi Fornell-Larcker	118
Tabel IV.9	Hasil Uji Reliability	119
Tabel IV.10	Hasil Uji R ²	119
Tabel IV.11	Hasil Uji f ²	120
Tabel IV.12	Hasil Uji Q ²	121
Tabel IV.13	Hasil Uji Hipotesis	122



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Model <i>Theory of Planned Behavior</i>	25
Gambar II.2	Background Faktor Intensi	29
Gambar II.3	Kerangka Pikir	84
Gambar IV.1	Struktur Organisasi Pegadaian UPC Natal Barumun	102
Gambar IV.2	Model Struktural Penelitian	124



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Olah Data
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelaku usaha di Indonesia didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang memiliki peran vital dalam pemulihan ekonomi nasional.¹ Seperti, krisis ekonomi tahun 1997-1998, krisis keuangan, pandemi COVID-19 tidak membuat UMKM berkurang, justru semakin bertambah, bahkan mampu menyerap banyak tenaga kerja 60% dan menyumbang 57% Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di Indonesia.

Meskipun UMKM menyumbang sebagian besar Produk Domestik Bruto (PDB) dan lapangan kerja, UMKM sering menghadapi kendala dalam memperoleh pembiayaan. Kendala ini termasuk kurangnya informasi dan akses ke lembaga keuangan, serta kesulitan memahami prosedur perbankan yang rumit.² Keterbatasan modal dan akses ke pembiayaan menjadi hambatan utama bagi pertumbuhan UMKM di Indonesia, terutama selama pandemi COVID-19, dengan sekitar 69,02% UMKM mengalami kesulitan permodalan menurut BPS. Kendala ini diperparah oleh lokasi bank yang jauh dan

¹ Kemenkeu, —Pemerintah Terus Perkuat Umkm Melalui Berbagai Bentuk Bantuan,|| N.D., <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>. Diakses Pada Tanggal 13 Agustus 2023

² Badan Pusat Statistik, —Statistik Umkm Tahun 2012 – 2013,|| N.D., Diakses Dari <https://www.bps.go.id/> Pada Tanggal 13 Agustus 2023

kurangnya informasi tentang kredit/pembiayaan, membatasi peluang investasi dan pertumbuhan usaha.³

Adanya berbagai kendala tersebut, peluang UMKM hanya dapat memperoleh dana dari perbankan. Saat ini, perbankan memegang peran penting dalam kemajuan perekonomian, terutama dalam konteks perbankan syariah yang beroperasi sesuai prinsip syariah. Namun, persyaratan administrasi di perbankan syariah lebih rumit menurut masyarakat. Maka sebagai alternatif, banyak pelaku UMKM beralih ke pegadaian. Pegadaian menjadi alternatif bagi masyarakat yang mencari pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.⁴

Pegadaian menjadi lembaga penyalur KUR Syariah pertama non-bank dengan alokasi dana sebesar Rp5,9 triliun untuk KUR super mikro dari pemerintah. Diharapkan, penyaluran dana ini dapat mendukung sekitar 1 juta pelaku usaha dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui sektor UMKM. Salah satu produk pembiayaan yang banyak diminati adalah produk pembiayaan KUR Syariah.⁵ Produk KUR Syariah, yang disalurkan melalui pegadaian merupakan sentra layanan ultra mikro dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan jumlah pembiayaan yang disalurkan melalui KUR sebesar 2 Miliar Rupiah yang dikelola oleh pegadaian. Produk ini banyak diminati karena kelengkapan syarat administrasi dokumen pengajuan yang relatif

³ Kredit Usaha Rakyat, —Kur Baru Memperluas Akses Pembiayaan Bagi Umkm, l N.D., Diakses Dari [Http://Kur.Ekon.Go.Id/Kur-Baru-Memperluas-AksesPembiayaan-Bagi-Umkm](http://Kur.Ekon.Go.Id/Kur-Baru-Memperluas-AksesPembiayaan-Bagi-Umkm) Pada Tanggal 14 Agustus 2023

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (Jakarta, 2008).

⁵ Arifin, Zainal. *KUR Syariah*. (Tangerang: Aztera Publisher, 2009), hlm. 196

mudah diberikan kepada pemilik usaha produktif untuk pengembangan usaha dalam jangka waktu mulai 12 bulan hingga 36 bulan dengan angsuran yang tidak membebankan setiap bulannya.

Maka, produk KUR Syariah menjadi solusi yang diharapkan dapat membantu UMKM dalam memperoleh akses ke modal usaha. Pegadaian menyediakan layanan pengajuan KUR Syariah di seluruh kantor cabangnya di Indonesia dengan pinjaman hingga Rp10 juta per orang. Nasabah dapat mengajukan pembiayaan dengan menggunakan BPKB sepeda motor sebagai jaminan, dengan pembayaran angsuran yang disesuaikan dengan tenor yang telah ditetapkan. Nasabah juga dapat memilih jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 hingga 36 bulan dengan syarat usaha berjalan minimal 6 bulan. Biaya yang dikenakan relatif terjangkau karena adanya subsidi dari pemerintah, memungkinkan akses yang lebih mudah bagi masyarakat.

Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas menjadi relevan dalam konteks penelitian ini karena peranannya dalam menyediakan akses pembiayaan KUR Syariah bagi para pelaku usaha mikro di wilayah Padang Lawas. Dalam lingkungan ekonomi yang didominasi oleh UMKM, seperti di Kabupaten Padang Lawas, akses terhadap modal usaha dapat menjadi kunci penting dalam meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, banyaknya kendala yang dihadapi oleh UMKM, seperti kurangnya informasi dan akses ke lembaga keuangan, membuat pentingnya peran lembaga keuangan seperti Pegadaian dalam memfasilitasi akses pembiayaan.

Pegadaian UPC Natal Barumun menjadi pilihan yang relevan karena keberadaannya yang lebih mudah diakses oleh para pelaku usaha mikro di Kabupaten Padang Lawas. Dengan demikian, Penandatanganan Perjanjian Kerjasama Pembiayaan (PKP) antara Pegadaian dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yang dilakukan di Bogor, Jawa Barat, menjadi langkah penting dalam memperluas akses pembiayaan bagi UMKM di seluruh Indonesia, termasuk di Kabupaten Padang Lawas.

Dalam konteks masalah penelitian ini, terdapat sejumlah kasus terkait dengan setiap aspek perilaku keuangan nasabah, termasuk perilaku nasabah dalam menggunakan pembiayaan KUR Syariah. Beberapa nasabah mengalami kecenderungan negatif terhadap pembiayaan KUR Syariah karena kurangnya pemahaman tentang produk tersebut atau stigma terhadap produk keuangan syariah secara umum. Selain itu, kekhawatiran akan tingkat keuntungan atau manfaat finansial jangka panjang yang diperoleh dari pembiayaan KUR Syariah dibandingkan dengan produk konvensional dapat mempengaruhi penerimaan produk ini.

Meskipun mayoritas lingkungan di Kabupaten Padang Lawas memberikan tekanan sosial yang positif terhadap penggunaan pembiayaan KUR Syariah, namun preferensi keuangan sebagian nasabah lebih menguntungkan menggunakan produk keuangan konvensional. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan nasabah terkait pemilihan produk, dengan tidak mempertimbangkan keputusan berdasar *shariah compliance*.

Salah satu akibat yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam hal *shariah compliance* adalah menurunnya kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah. Ketika nasabah mengalami kesulitan dalam memahami atau mengakses informasi tentang pembiayaan KUR Syariah, serta menghadapi hambatan administratif atau birokratis dalam proses pengajuan, hal ini dapat menciptakan keraguan atau ketidakpercayaan terhadap transparansi dan kualitas layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan tersebut. Akibatnya, nasabah merasa ragu untuk menggunakan produk-produk syariah dari lembaga tersebut dan beralih ke institusi lain yang lebih dapat diandalkan dan mudah diakses. Dengan demikian, pelanggaran *shariah compliance* tidak hanya berdampak pada reputasi lembaga keuangan, tetapi juga dapat mengakibatkan penurunan jumlah nasabah dan kehilangan kepercayaan secara keseluruhan.

Pelanggaran terhadap *shariah compliance* berpotensi merusak reputasi, citra, dan kredibilitas Lembaga Keuangan Syariah di mata masyarakat, sehingga menurunkan kepercayaan publik. Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah memberikan kewenangan kepada Majelis Ulama Indonesia untuk mengeluarkan fatwa kesesuaian syariah suatu produk Bank, yang dijalankan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).⁶

Selanjutnya, peraturan Bank Indonesia menegaskan bahwa seluruh produk perbankan syariah hanya boleh ditawarkan kepada masyarakat setelah

⁶ Dwi Suyikyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Jakarta: ISBN, 2009), hlm. 270.

mendapat fatwa DSN-MUI dan izin dari OJK. Setiap Bank Syariah juga harus memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berfungsi dalam pengawasan syariah dan memberikan saran dalam pengembangan produk yang akan disampaikan kepada DSN untuk memperoleh fatwa.⁷ Ini menunjukkan pentingnya mematuhi ketentuan syariah dan prosedur yang ditetapkan oleh lembaga pengatur untuk memastikan bahwa produk-produk keuangan syariah, termasuk KUR Syariah yang ditawarkan oleh Pegadaian UPC Natal Barumun, sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam dan telah melewati proses evaluasi dan persetujuan yang ketat sebelum dapat ditawarkan kepada masyarakat.

Pegadaian UPC Natal Barumun adalah lembaga keuangan yang menjalankan operasinya dengan prinsip-prinsip hukum Islam, mengikuti fatwa syariah, dan menawarkan beragam produk, termasuk KUR Syariah. Saat ini, sekitar 4700 nasabah telah menggunakan produk pembiayaan dari total 5700 nasabah yang ada di kantor Pegadaian UPC Natal Barumun. Meskipun diminati, KUR Syariah juga memiliki beberapa pro dan kontra. Di satu sisi, produk ini memberi kesempatan kepada mereka yang tidak memiliki modal untuk memulai usaha, tetapi di sisi lain, pengajuan pembiayaan bisa mengulur waktu bagi mereka yang ingin segera memulai usaha. Meskipun demikian, kehadiran KUR Syariah juga memberikan peluang kepada masyarakat yang tidak mampu untuk mewujudkan impian berwirausaha.

⁷Otoritas Jasa Keuangan, 'Perbankan Syariah Dan Kelembagaannya', [Http://Www.Ojk.Go.Id/Id/Kanal/Syariah/Tentang-Syariah/Pages/BPS-Dan-Kelembagaan.aspx](http://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Syariah/Tentang-Syariah/Pages/BPS-Dan-Kelembagaan.aspx), 13 Januari 2023.

Dengan pembiayaan, nasabah dapat lebih kreatif dan tertib dalam mengelola usaha mereka daripada hanya menabung.

Penelitian ini menjadi sangat penting mengingat dominasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki peran kunci dalam pemulihan ekonomi nasional, terutama di masa pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Namun, UMKM sering mengalami kendala akses pembiayaan dan kurangnya informasi terkait produk keuangan syariah, seperti KUR Syariah. Dalam melakukan pembiayaan KUR juga, sering terjadi pelanggaran terhadap *shariah compliance* yang dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap pegadaian syariah, yang pada gilirannya dapat memengaruhi pengambilan keputusan nasabah. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat pemahaman dan akses terhadap produk keuangan syariah, seperti KUR Syariah yang ditawarkan oleh Pegadaian UPC Natal Barumun, sambil memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan regulasi yang berlaku.

Penelitian ini juga memiliki relevansi yang signifikan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Menurut TPB, perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Dalam konteks pengambilan keputusan nasabah terkait pembiayaan KUR Syariah, sikap mereka dipengaruhi oleh pemahaman tentang produk, seperti persepsi tentang kehalalan dan manfaat finansial jangka panjang. Norma subjektif mencerminkan pengaruh lingkungan sosial, di mana preferensi keuangan dan

stigma terhadap produk syariah dapat memengaruhi penerimaan dan keputusan nasabah. Kendali perilaku, di sisi lain, berkaitan dengan kemampuan dan persepsi kendali individu dalam mengakses informasi dan mengatasi hambatan administratif atau birokratis dalam proses pengajuan pembiayaan.

Beberapa peneliti menganggap sikap sebagai variabel penting bagi perilaku konsumen.⁸ Mindra dkk. menemukan pengaruh positif antara sikap dan intensi berperilaku terhadap pemanfaatan produk perbankan syariah.⁹ Pengaruh positif antara sikap dan intensi telah dikonfirmasi dalam berbagai penelitian termasuk takaful keluarga.¹⁰ Demikian pula, banyak penelitian di sektor perbankan syariah yang membuktikan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi.¹¹ Sesuai dengan konsep TPB, intensi dipengaruhi oleh sikap.¹²

Menurut model TPB, norma subjektif merupakan variabel kedua yang mempengaruhi intensi berperilaku. Norma subjektif menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari tekanan sosial, yang bertindak sebagai

⁸Nathalie Peña-García dkk., "Purchase Intention and Purchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach," *Heliyon* 6, no. 6 (1 Juni 2020): e04284, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>.

⁹Rachel Mindra dkk., "Attitude and Islamic Banking Adoption: Moderating Effects of Pricing of Conventional Bank Products and Social Influence," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 13, no. 3 (11 Maret 2022): 534–67, <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0068>.

¹⁰Syed Ahmed Salman, Hafiz Majdi Ab. Rashid, dan Sheila Nu Nu Htay, "The Impact of Internal Forces on Acceptance of Takaful by Insurance Policy-Holders in India," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 9, no. 5 (8 Oktober 2018): 673–86, <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2016-0027>.

¹¹Nasitotul Janah, Fahmi Medias, dan Eko Kurniasih Pratiwi, "The Intention of Religious Leaders to Use Islamic Banking Services: The Case of Indonesia," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 9 (15 Juli 2020): 1786–1800, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0012>.

¹²Icek Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions," *Italian Review of Agricultural Economics*, 12 Februari 2016, 121-138 Pages, <https://doi.org/10.13128/REA-18003>.

insentif atau hambatan ekstrinsik terhadap proses pengambilan keputusan secara sadar.¹³ Menurut Effendi dkk., komponen norma subjektif merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan perilaku pelanggan.¹⁴ Merujuk pada pendapat Osman dkk., norma subjektif nasabah bank syariah adalah intensi menggunakan produk bank syariah karena dorongan dari orang disekitarnya.¹⁵ Penelitian Izquierdo-Yusta dkk. mencatat bahwa teman dekat, keluarga, kolega, atau orang lain yang dianggap penting bagi seseorang dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap intensi mereka karena adanya tekanan untuk mematuhi pandangan mereka.¹⁶ Akibatnya, konsumen dengan norma subjektif positif lebih cenderung memiliki intensi positif untuk melakukan perilaku tertentu.¹⁷ Rapi dan Kassim menemukan bahwa norma subjektif mempengaruhi intensi membeli dan keputusan nasabah bank syariah.¹⁸

¹³Calvin Wan, Geoffrey Qiping Shen, dan Stella Choi, “Experiential and Instrumental Attitudes: Interaction Effect of Attitude and Subjective Norm on Recycling Intention,” *Journal of Environmental Psychology* 50 (Juni 2017): 69–79, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.02.006>.

¹⁴Ihsan Effendi dkk., “The Application of the Theory of Reasoned Action on Services of Islamic Rural Banks in Indonesia,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 5 (8 Juni 2021): 951–76, <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0051>.

¹⁵Ismah Osman dkk., “The Dilemma of Millennial Muslims towards Financial Management: An Islamic Financial Literacy Perspective,” *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 1 (4 Januari 2024): 59–78, <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0283>.

¹⁶Alicia Izquierdo-Yusta, María Pilar Martínez-Ruiz, dan Héctor Hugo Pérez-Villarreal, “Studying the Impact of Food Values, Subjective Norm and Brand Love on Behavioral Loyalty,” *Journal of Retailing and Consumer Services* 65 (Maret 2022): 102885, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102885>.

¹⁷Usman Yousaf dkk., “Studying the Influence of Entrepreneurial Attributes, Subjective Norms and Perceived Desirability on Entrepreneurial Intentions,” *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 7, no. 1 (2 Maret 2015): 23–34, <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2014-0005>.

¹⁸Muh Zul Hazmi Rapi dan Salina Kassim, “Perception and intention to participate in microtakaful scheme among Indonesians: an application of Ajzen’s theory of planned behavior,” *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 9, no. 1 (28 Februari 2023), <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i1.1615>.

Menurut TPB, meskipun sikap dan norma subjektif masyarakat positif, mereka mungkin memiliki intensi yang rendah untuk melakukan suatu perilaku jika mereka merasa memiliki kendali yang terbatas atau tidak ada sama sekali terhadap tindakan tersebut.¹⁹ Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara faktor persepsi kontrol perilaku dengan intensi perilaku dan perilaku kepatuhan.²⁰ Alzadjal dkk., menemukan bahwa perilaku nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kontrol perilaku.²¹ Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berdampak positif terhadap intensi petani untuk mengadopsi pengelolaan nutrisi,²² serta intensi individu untuk mengadopsi teknologi blockchain,²³ metode hemat energi,²⁴ pembelajaran seluler berkelanjutan,²⁵ dan Internet banking.²⁶

¹⁹Elif Ulker-Demirel dan Gulsel Ciftci, "A Systematic Literature Review of the Theory of Planned Behavior in Tourism, Leisure and Hospitality Management Research," *Journal of Hospitality and Tourism Management* 43 (Juni 2020): 209–19, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>.

²⁰Mouad Sadallah dkk., "Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective: The Moderating Role of Knowledge," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 8 (22 November 2023): 1133–51, <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2022-0104>.

²¹Majda Ayoub Juma Alzadjal dkk., "Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 11 (30 November 2022): 2378–2402, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0150>.

²²Amar Daxini dkk., "Which Factors Influence Farmers' Intentions to Adopt Nutrient Management Planning?," *Journal of Environmental Management* 224 (Oktober 2018): 350–60, <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.07.059>.

²³Sachin Kamble, Angappa Gunasekaran, dan Himanshu Arha, "Understanding the Blockchain Technology Adoption in Supply Chains-Indian Context," *International Journal of Production Research* 57, no. 7 (3 April 2019): 2009–33, <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1518610>.

²⁴Xingjun Ru, Shanyong Wang, dan Shuai Yan, "Exploring the Effects of Normative Factors and Perceived Behavioral Control on Individual's Energy-Saving Intention: An Empirical Study in Eastern China," *Resources, Conservation and Recycling* 134 (Juli 2018): 91–99, <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.03.001>.

²⁵Mostafa Al-Emran, Ibrahim Arpaci, dan Said A. Salloum, "An Empirical Examination of Continuous Intention to Use M-Learning: An Integrated Model," *Education and Information Technologies* 25, no. 4 (Juli 2020): 2899–2918, <https://doi.org/10.1007/s10639-019-10094-2>.

Menurut Li dan Peng, intensi adalah sejauh mana konsumen bersedia untuk terlibat dalam pembelian suatu produk.²⁷ Intensi bisa digunakan untuk menguji penerapan saluran distribusi baru untuk membantu manajer menentukan apakah konsep tersebut layak untuk pengembangan lebih lanjut dan memutuskan pasar geografis dan segmen konsumen mana yang akan dituju melalui saluran tersebut.²⁸ Sesuai dengan konsep TPB, intensi berasal atau sangat dipengaruhi oleh sikap.²⁹ Pentingnya terletak pada fakta bahwa intensi dianggap sebagai prediktor kunci dari perilaku aktual.³⁰ Oleh karena itu, intensi sebagai variabel penting bagi perilaku pembelian konsumen.³¹ Penelitian sebelumnya menemukan bahwa intensi positif mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap produk ramah lingkungan,³² produk

²⁶Samar Rahi dkk., "Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption context," *Management Science Letters*, 2018, 173–86, <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.1.001>.

²⁷Yi Li dan Yangying Peng, "Influencer Marketing: Purchase Intention and Its Antecedents," *Marketing Intelligence & Planning* 39, no. 7 (30 September 2021): 960–78, <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2021-0104>.

²⁸Vicki G. Morwitz, Joel H. Steckel, dan Alok Gupta, "When do purchase intentions predict sales?," *International Journal of Forecasting* 23, no. 3 (1 Juli 2007): 347–64, <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2007.05.015>.

²⁹Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior."

³⁰Daniel E. Montaño dan Danuta Kasprzyk, "Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model," dalam *Health behavior: Theory, research, and practice*, 5th ed (Hoboken, NJ, US: Jossey-Bass/Wiley, 2015), 95–124.

³¹Heesup Han dan Hae Jin Yoon, "Hotel Customers' Environmentally Responsible Behavioral Intention: Impact of Key Constructs on Decision in Green Consumerism," *International Journal of Hospitality Management* 45 (Februari 2015): 22–33, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.004>.

³²Morteza Maleki Minbashrazgah, Fatemeh Maleki, dan Maedeh Torabi, "Green Chicken Purchase Behavior: The Moderating Role of Price Transparency," *Management of Environmental Quality: An International Journal* 28, no. 6 (11 September 2017): 902–16, <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2016-0093>.

fashion,³³ peralatan perlindungan diri seperti masker wajah,³⁴ produk halal,³⁵ dan lain-lain.

Shariah compliance merupakan bentuk perilaku nasabah di lembaga keuangan syariah dimana nasabah tidak melakukan kegiatan pembayaran atau penagihan bunga. Nasabah lebih memilih berinvestasi pada lembaga keuangan syariah, melakukan transaksi keuangan hanya pada lembaga keuangan syariah, menerima lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip syariah dan memilih bank yang beretika syariah.³⁶ *Shariah compliance* dapat menjadi moderasi antara intensi terhadap perilaku nasabah karena masyarakat secara umum tertarik untuk melakukan perilaku yang sesuai dengan keyakinan agama Islam. Penelitian sebelumnya telah menegaskan bahwa kewajiban beragama memengaruhi intensi seseorang, terutama dalam konteks pembelian produk keuangan Islam.³⁷ Studi Zhongkai menunjukkan bahwa kewajiban keagamaan secara langsung atau tidak mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi produk halal. Konsumen

³³Pooja Mehta dkk., “‘Sustainable Attitude’ – a Modest Notion Creating a Tremendous Difference in the Glamorous Fast Fashion World: Investigating Moderating Effects,” *Society and Business Review* 18, no. 4 (31 Oktober 2023): 549–71, <https://doi.org/10.1108/SBR-10-2021-0205>.

³⁴Yuli Liang, Gwendolyn Hustvedt, dan Jasmine Miller, “Prioritizing Protection by Face Masks during COVID-19: The Application of Customer Open Innovation,” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8, no. 1 (Maret 2022): 43, <https://doi.org/10.3390/joitmc8010043>.

³⁵Ahasanul Haque, S.M. Ferdous Azam, dan Naila Anwar Chowdhury, “Factors Affecting Purchase Behaviour of *Shariah* Compliant Hotels: A Study from Muslim Consumers’ Perspective,” *International Journal of Islamic Marketing and Branding* 4, no. 2 (2019): 104, <https://doi.org/10.1504/IJIMB.2019.104538>.

³⁶Yaty Sulaiman, Maria Abdul Rahman, dan Nik Kamariah Nik Mat, “The Conceptual Paper on Service Quality and Business Zakat Compliance Behaviour among SMEs in Kedah,” *Journal of Accounting, Business and Finance Research* 5, no. 1 (2019): 23–28, <https://doi.org/10.20448/2002.51.23.28>.

³⁷Guo Yi* dan Tian Zhongkai, “Examining Factors Influencing Customer Intention to Use Islamic Home Financing: A Study in UTM,” *The Journal of Social Sciences Research*, 2018, 648-653:2.

Muslim cenderung merasa puas ketika memenuhi kewajiban agama Islam dalam pembelian dan konsumsi barang dan jasa.³⁸

Dalam konteks penelitian ini, memenuhi kewajiban agama menjadi penting bagi konsumen Muslim, sehingga kewajiban beragama berkaitan positif dengan perilaku nasabah. Berdasarkan kajian beberapa penelitian terdahulu, diketahui bahwa belum ada studi yang mengkaji *shariah compliance* sebagai variabel moderasi. Dalam lapangan, fenomena *shariah compliance* memainkan peran moderasi yang signifikan dalam mempengaruhi hubungan antara intensi nasabah dan perilaku nasabah. Hal ini terjadi karena kesadaran akan prinsip-prinsip syariah memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan keuangan. Nasabah yang memiliki intensi untuk menggunakan produk syariah cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor syariah dalam pengambilan keputusan finansial mereka. Dengan demikian, tingkat kepatuhan syariah dalam penyediaan layanan oleh lembaga keuangan syariah menjadi faktor yang memoderasi pengaruh intensi nasabah terhadap perilaku pembiayaan KUR Syariah, sesuai dengan kebijakan dan prinsip syariah yang diterapkan oleh lembaga keuangan tersebut. Oleh karena itu, *shariah compliance* diyakini memiliki pengaruh yang signifikan sebagai moderator terhadap pembiayaan KUR Syariah, dan nasabah harus memiliki intensi yang lebih besar untuk melakukan pembiayaan KUR Syariah. *Shariah compliance* menjadi *novelty* penelitian ini, dengan dijadikan variabel moderasi antara intensi dan perilaku nasabah. Oleh karena itu, *shariah*

³⁸Yi* dan Zhongkai.

compliance yang diimplementasikan oleh Pegadaian UPC Natal Barumun menjadi faktor penting dalam memoderasi pengaruh antara intensi nasabah dan perilaku pembiayaan KUR Syariah.

Dari berbagai masalah penelitian, guna memahami faktor-faktor TPB dapat membantu dalam merancang strategi yang efektif untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan produk keuangan syariah, seperti KUR Syariah, serta memastikan pematuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang relevan. Berdasarkan hal tersebut maka dipandang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang “Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul, antara lain:

1. UMKM mengalami kendala dalam memperoleh pembiayaan, termasuk kurangnya informasi dan akses ke lembaga keuangan. Serta, kesulitan memahami prosedur perbankan yang rumit menjadi hambatan dalam mendapatkan pembiayaan.
2. Keterbatasan modal dan akses ke pembiayaan menjadi hambatan utama bagi pertumbuhan UMKM di Indonesia, terutama selama pandemi COVID-19. Sekitar 69,02% UMKM mengalami kesulitan permodalan, yang diperparah oleh lokasi bank yang jauh dan kurangnya informasi tentang kredit/pembiayaan.

3. Beberapa nasabah mengalami kecenderungan negatif terhadap pembiayaan KUR Syariah karena kurangnya pemahaman akibat stigma terhadap produk keuangan syariah yang lain.
4. Preferensi keuangan sebagian nasabah cenderung lebih menguntungkan menggunakan produk keuangan konvensional.
5. Pelanggaran terhadap *shariah compliance* dapat merusak reputasi dan kredibilitas lembaga keuangan syariah. Penting untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan regulasi yang berlaku dalam menawarkan produk keuangan syariah.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan dalam penelitian untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah, sehingga penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah yang menjadi fokus penelitian melibatkan:

1. Penelitian ini fokus pada variabel-variabel laten yang berhubungan *Theory of Planned Behavior* dengan *Shariah Compliance* sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian ini fokus pada produk Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian Syariah.
3. Penelitian ini fokus pada nasabah Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan pengertian dari teori variabel sehingga dapat diamati dan diukur dengan menentukan hal-hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. dengan model TPB (*Theory Of Planned Behavior*) dengan *shariah compliance* sebagai Variabel *Moderating* yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah tiga variabel yang terdiri dari satu variabel bebas (variabel *independent*), satu variabel terikat (variabel *dependent*) dan satu variabel moderator (variabel *moderating*). Berikut definisi operasional pada penelitian ini:

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Sikap (X ₁)	Sikap adalah perasaan negatif atau positif seseorang terhadap melakukan perilaku tertentu. Digunakan sebagai sumber niat di masa depan (atau niat perilaku) terhadap suatu objek tertentu atau niat perilaku. ³⁹ Sikap adalah perasaan negatif atau positif nasabah dalam kaitannya dengan produk Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.	1. <i>Behavioral beliefs</i> 2. <i>Outcome evaluations</i>	Ordinal
2	Norma Subjektif (X ₂)	Norma subjektif adalah faktor-faktor yang memengaruhi pendapat individu, pandangan, perspektif, atau perilaku	1. <i>Normative beliefs</i> 2. <i>Motivation to comply</i>	Ordinal

³⁹Icek Ajzen, *Attitudes, Personality and Behavior, Mapping social psychology* (New York: Open University Press, 2005).

		seseorang yang berinteraksi dengan kelompok dan orang lain. ⁴⁰ Norma subjektif adalah faktor-faktor yang memengaruhi pendapat, pandangan, perspektif, atau perilaku nasabah yang berinteraksi dengan produk Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.		
3	Persepsi Kontrol Perilaku (X_3)	Persepsi Kontrol Perilaku adalah penilaian nasabah terhadap kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan produk lembaga keuangan syariah. ⁴¹ Persepsi Kontrol Perilaku adalah penilaian nasabah terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melakukan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Control beliefs strength and power</i> 2. <i>Perceived facilitation</i> 	Ordinal
4	Intensi (Y_1)	Intensi adalah seberapa besar kemungkinan seseorang akan atau tidak akan melakukan perilaku tertentu, dan ini dianggap sebagai faktor penting dalam memutuskan apakah seseorang setuju atau tidak sebelum perilaku sebenarnya terjadi. ⁴² Intensi adalah seberapa besar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemungkinan 2. Rencana 3. Komitmen 	Ordinal

⁴⁰Ajzen, *Attitudes, Personality and Behavior, Mapping social psychology*, 2005.

⁴¹Purwanto Purwanto dkk., "Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation: an extension of the theory of planned behaviour," *Cogent Business & Management* 9, no. 1 (31 Desember 2022): 2087466, <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>.

⁴²Elizabeth Grandon dan Peter Mykytyn, "Developing An Instrument To Measure The Intention To Use Electronic Commerce In Small And Medium Sized Businesses In Chile," *Information Technology and Its Impact in Latin America*, 2002.

		kemungkinan nasabah akan melakukan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.		
5	Perilaku Nasabah (Y ₂)	Perilaku nasabah adalah rangkaian tindakan yang dilakukan oleh nasabah dalam kaitannya dengan dirinya sendiri atau lingkungannya. ⁴³ Perilaku nasabah adalah rangkaian tindakan yang dilakukan oleh nasabah dalam kaitannya dengan produk Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan 2. Pertimbangan 3. Dorongan 	Ordinal
6	<i>Shariah Compliance</i> (Z)	<i>Shariah Compliance</i> adalah bentuk perilaku nasabah di lembaga keuangan syariah dimana nasabah tidak melakukan kegiatan pembayaran atau penagihan bunga. Nasabah lebih memilih produk pada lembaga keuangan syariah, melakukan transaksi keuangan hanya pada lembaga keuangan syariah, menerima lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip syariah dan memilih bank yang beretika syariah. ⁴⁴ <i>Shariah Compliance</i> bentuk perilaku nasabah tidak melakukan kegiatan pembayaran atau penagihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selaras pada prinsip serta hukum Islam. 2. Tidak terdapat bunga yang diambil maupun yang diberi kepada pembiayaan. 3. Adanya produk pembiayaan bagi hasil. 	Ordinal

⁴³Icek Ajzen, "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 179–211, <https://doi.org/10.1016/0749-5978%2891%2990020-t>.

⁴⁴Sulaiman, Rahman, dan Mat, "The Conceptual Paper on Service Quality and Business Zakat Compliance Behaviour among SMEs in Kedah."

		<p>bunga di Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan Kabupaten Padang Lawas. Nasabah lebih memilih pembiayaan KUR Syariah hanya pada lembaga keuangan syariah, menerima lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip syariah dan memilih pegadaian yang beretika syariah.</p>		
--	--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta batasan-batasan masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas?
2. Apakah terdapat pengaruh antara norma subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas?
3. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kontrol perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas?
4. Apakah terdapat pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas?

5. Apakah *shariah compliance* memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara norma subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara persepsi kontrol perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
5. Untuk mengetahui *shariah compliance* memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

G. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan tujuan penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Diharap penelitian ini menjadi referensi bagi akademisi selanjutnya untuk dijadikan rujukan dalam mengembangkan pengetahuan mengenai ekonomi makro dan faktor apa saja yang mempengaruhinya dan lebih utamanya bagi mahasiswa Pascasarjana Ekonomi Syariah UIN Syahada Padang sidempuan untuk memperluas intelektual dan pemahaman terhadap KUR Syariah.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pembiayaan KUR Syariah. Analisis ini membantu bank syariah membuat strategi pemasaran yang lebih baik dan memastikan produk mereka sesuai dengan aturan syariah. Hasil analisis juga bisa digunakan untuk membuat program pelatihan bagi nasabah, agar mereka lebih paham tentang pentingnya aturan syariah dalam menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah. Ini akan membuat nasabah lebih yakin dan meningkatkan kepercayaan masyarakat pada bank syariah secara keseluruhan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan digunakan peneliti untuk mempermudah peneliti dalam menyusun proposal skripsi. Peneliti mengklasifikasikan sistematika pembahasan kedalam tiga bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang yang melatar belakangi suatu masalah untuk di teliti.

BAB II Landasan Teori, merupakan bab yang membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis. Secara umum, seluruh sub bahasan yang terdapat dalam landasan teori ini membahas tentang penjelasan mengenai variable penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori.

BAB III Metode Penelitian, merupakan bab yang membahas tentang metode penelitian, lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, analisis data. Secara Umum seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi serta jenis penelitian.

BAB IV Hasil penelitian, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, hasil analisis data penelitian dan pembahasan penelitian, secara umum seluruh pembahasan, sub pembahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan

diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik yang sudah dicantumkan dalam bab III.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisa data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun dari berbagai pihak.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

a. Pengertian *Theory of Planned Behavior (TPB)*

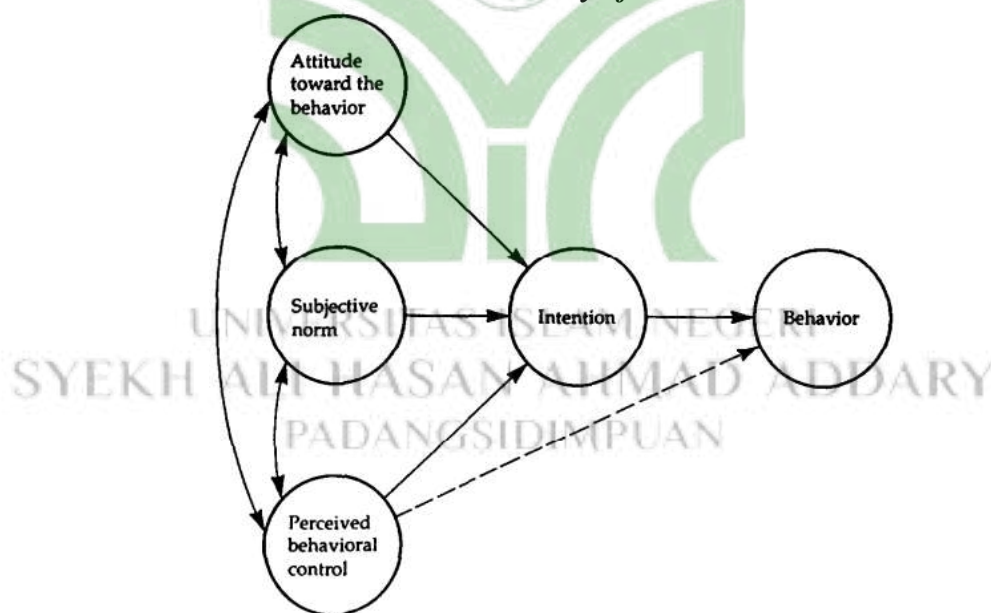
Berdasarkan *Theory of Reasoned Action (TRA)*, suatu tingkah laku ditentukan oleh intensi berperilaku dan tingkah laku ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu sikap yang bersifat personal dan norma subjektif yang merefleksikan pengaruh sosial. Beberapa tahun diteliti ternyata TRA berlaku hanya untuk orang yang berperilaku dibawah control individu. Dari hasil tersebut maka dikembangkan lagi menjadi *Theory of Planned Behavior (TPB)*.

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan suatu teori yang memprediksi perilaku individu yang disengaja, karena perilaku bisa dipertimbangan dan direncanakan. TPB didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Individu memikirkan implikasi dari tindakannya sebelum memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.

TPB mengusulkan model yang dapat mengukur bagaimana tindakan manusia diatur. Menurut teori ini, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Semakin kuat

intensi seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu, diharapkan semakin berhasil dia melakukannya. Intensi diasumsikan sebagai faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha untuk menampilkan suatu perilaku. Sebagai aturan umum, semakin keras intensi seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar kecenderungan ia benar-benar melakukan perilaku tersebut. Intensi untuk berperilaku dapat menjadi perilaku sebenarnya hanya jika perilaku tersebut ada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Individu memiliki pilihan untuk memutuskan perilaku tertentu atau tidak sama sekali.¹

Gambar II.1 Model *Theory of Planned Behavior*



Sumber: Ajzen (1991)

Dalam TPB, ada tiga hal yang menjadi penentu intensi seseorang dalam berperilaku. Ketiga hal tersebut adalah: 1) Sikap (*attitude*), 2)

¹ Icek Ajzen, *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, 1991 179-211

Norma subjektif (*subjective norm*), dan 3) Kontrol perilaku yang didasarkan (*perceived behavioral control*). Secara umum, model teoritik dari TPB mengandung berbagai variabel, yaitu:²

Sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*). Sikap dianggap anteseden pertama dari perilaku. Sikap adalah kepercayaan positif atau negatif untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) ini disebut dengan *behavioral beliefs*. Seorang individu akan berniat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu ketika ia menilainya positif. Sikap ditentukan oleh kepercayaan-kepercayaan individu mengenai konsekuensi dari menampilkan suatu perilaku (*behavioral beliefs*), ditimbang berdasarkan hasil evaluasi terhadap konsekuensinya (*outcome evaluation*).³

Theory Of Planned Behavior memiliki tiga faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku pada seorang individu, yaitu sebagai berikut:⁴

- 1) *Attitude Towards The Behavior* adalah evaluasi secara positif ataupun negatif terhadap sesuatu. Hal tersebut ditentukan melalui penilaian pada keyakinan individu terkait konsekuensi yang

²Elizabeth E. Grandon dan Peter P. Mykytyn Jr., "Theory-Based Instrumentation to Measure the Intention to Use Electronic Commerce in Small and Medium Sized Businesses," *Journal of Computer Information Systems* 44, no. 3 (1 Maret 2004): 44–57, <https://doi.org/10.1080/08874417.2004.11647581>.

³Grandon dan Mykytyn, "Developing An Instrument To Measure The Intention To Use Electronic Commerce In Small And Medium Sized Businesses In Chile."

⁴Ajzen, "The Theory of Planned Behavior."

muncul dari perilaku serta evaluasi dari keinginan berbagai konsekuensi.

2) *Subjective Norm* merupakan sejauh mana suatu individu mempunyai motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya. Norma ini memiliki sifat subjektif. Norma subyektif juga diasumsikan sebagai suatu fungsi dari beliefs yang secara spesifik seseorang setuju atau tidak setuju untuk menampilkan suatu perilaku. Kepercayaan-kepercayaan yang termasuk dalam norma-norma subyektif disebut juga kepercayaan normatif (*normative beliefs*). Seseorang akan berniat melakukan perilaku tertentu apabila ia mempunyai persepsi bahwa orang-orang penting dalam hidupnya berfikir ia harus melakukan perilaku tersebut.

3) *Perceived behavioral control* (PBC) menunjuk suatu derajat dimana seorang individu merasa bahwa tampil atau tidaknya suatu perilaku yang dimaksud adalah dibawah pengendaliannya. Orang cenderung tidak akan membentuk suatu intensi yang kuat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu jika ia percaya bahwa ia tidak memiliki sumber atau kesempatan untuk melakukannya. Meskipun ia memiliki sikap positif dan ia percaya bahwa orang-orang yang penting baginya akan menyetujuinya.⁵

⁵ Dwi Suyikyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Jakarta: ISBN, 2009), hlm. 270.

Perceived Behavioral Control merupakan kemudahan atau kesulitan terhadap suatu persepsi untuk melakukan sebuah perilaku. Seseorang semakin meningkat keyakinannya terhadap sumber daya dari berbagai kesempatan yang mereka punya serta semakin besar juga peranan sumber daya tersebut maka akan semakin kuat dalam persepsi kontrol seorang individu terhadap suatu perilaku tersebut.⁶

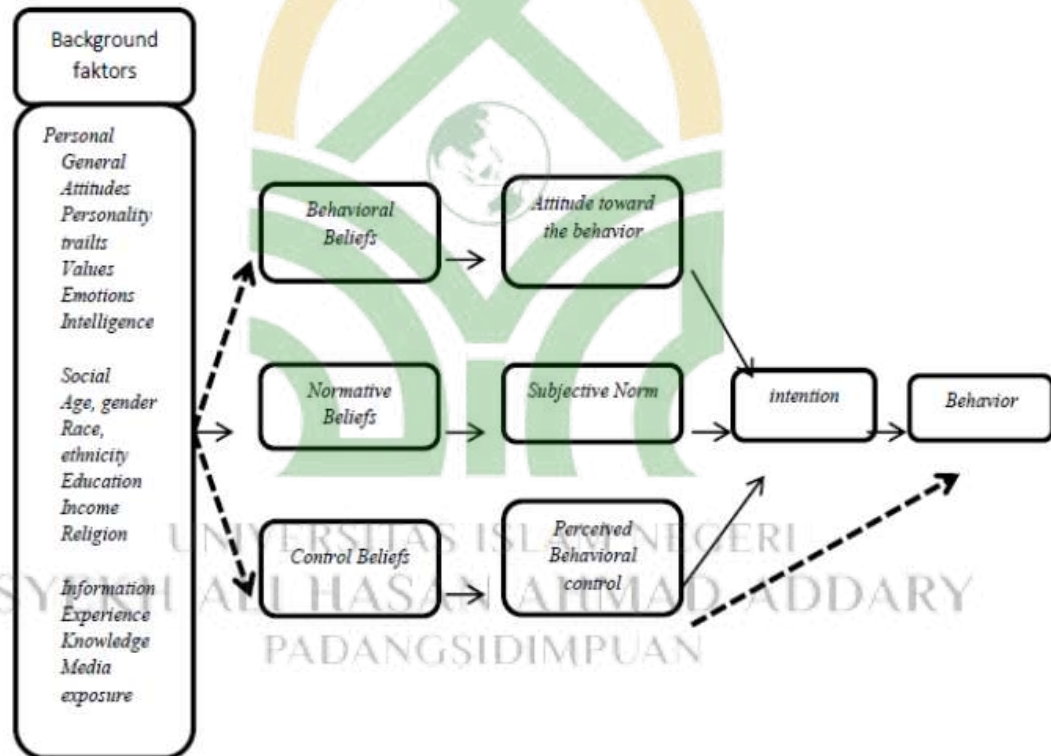
b. Background Faktor Intensi

Menurut *Theory Planned Behavior*, selain faktor-faktor utama yaitu sikap, norma Subjektif dan PBC, banyak variabel yang mungkin berhubungan atau mempengaruhi kepercayaan yang seseorang seperti: umur, jenis kelamin, etnis, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, keanggotaan, kepribadian, suasana hati, emosi, sikap dan nilai secara umum, intelegensi, anggota kelompok tertentu, pengalaman masa lalu, paparan informasi, dukungan sosial, kemampuan coping, dan sebagainya. Jelas bahwa seseorang yang tumbuh di daerah berbeda akan mempunyai informasi yang berbeda pula. Informasi menyediakan dasar bagi kepercayaan mereka tentang sebuah perilaku, perharapan, pentingnya seseorang dan penghalang yang dapat mencegah mereka dalam mewujudkan perilaku.

⁶ Winna Widyowati. 2021. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Shariah Governance* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Dengan Brand Image Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus BRI Syariah KCP Ungaran)". Skripsi IAIN Salatiga. Hlm 21-22

Theory Of Reasoned Action atau *Theory of Planned Behavior* merupakan suatu teori yang menjelaskan tentang perilaku manusia. Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia.

Gambar II.2 Background Faktor Intensi



Sumber: Ajzen (2016)

Dalam bagan tersebut dijelaskan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi ini dibagi ke dalam kategori personal, sosial dan informasional. TPB mengenali potensi yang penting ini sebagai faktor yang melatarbelakanginya. Mengingat banyaknya jumlah potensi yang

sesuai dengan faktor yang melatarbelakangi, sulit untuk mengetahui mana yang harus dipertimbangkan tanpa seleksi teori yang dapat manuntun dalam area perilaku yang diamati. Dengan demikian memperdalam pemahaman tentang penentu perilaku.

c. Faktor-Faktor Intensi Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB

Upaya untuk memahami perilaku individu adalah topik sentral dalam ilmu psikologi. Dari beberapa terori, teori yang digunakan adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini juga telah dikembangkan oleh Ajzen dalam *Theory Of Planned Behavior* (TPB) yang dapat menunjukkan prediksi perilaku individu.

1) Faktor Internal Faktor internal

Seseorang individu dapat memengaruhi kesuksesan mewujudkan suatu perilaku. Beberapa faktor ini dengan mudah dimodifikasi oleh pelatihan dan pengalaman, sementara sisanya lebih sulit untuk berubah.

a) Informasi, keterampilan dan kemampuan Seseorang yang memiliki intensi untuk mewujudkan kemungkinan perilaku, selain dari usaha untuk melakukannya sendiri, ia juga membutuhkan informasi, keterampilan, dan kemampuan. Mungkin kita bisa mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu yang sama dengan persepsi kita dengan beberapa informasi yang kita ketahui. Namun hal tersebut juga akan

gagal apabila kita tidak memiliki kemampuan dan keterampilan verbal untuk menyampaikan informasi agar seseorang bisa bersimpati dengan informasi yang kita berikan. Jadi ketiga hal tersebut haruslah berhubungan untuk terwujudnya intensi diri seseorang.

- b) Emosi dan Kompulsi Kurangnya keterampilan, kemampuan dan informasi dapat menghasilkan masalah kontrol perilaku. Namun sebaliknya beberapa jenis perilaku memiliki kekuatan yang nampaknya sebagian besar diluar kendali kita. Misalnya orang kadang terlihat tidak dapat berfikir, berhenti berbicara, gagap. Perilaku kompulsif ini dilakuka meskipun intensi dan usaha terpadu dilakukan untuk melakukan perilaku yang sebaliknya. Perilaku emosional juga terlihat memiliki karakteristik yang sama.

Kesimpulannya, berbagai faktor internal dapat mempengaruhi kesuksesan perwujudan perilaku jika memiliki intensi atau pencapaian tujuan yang diinginkan.

2) Faktor Eksternal

Kontrol seseorang atau pencapaian tujuan perilaku juga dipengaruhi oleh situasi atau faktor lingkungan di luar individu. Faktor eksternal ini menentukan faktor mana yang ada dilingkungan yang memfasilitasi atau mengganggu perwujudan sebuah perilaku.

a) Kesempatan

Dibutuhkan sedikit imajinasi untuk menghargai pentingnya faktor kebetulan atau peluang untuk keberhasilan dalam eksekusi sebuah perilaku yang berintensi. Kurangnya kesempatan dapat mengurangi usaha untuk mewujudkan suatu perilaku. Disini orang akan melakukan usaha untuk memulai kembali. Pemikiran ingin melakukan kembali inilah yang dinamakan intensi. Dan dari usaha tersebut seseorang mungkin akan mendapatkan kesempatan kembali atas apa yang diinginkan.

b) Ketergantungan Pada Orang Lain

Setiap kali perwujudan perilaku tergantung pada tindakan orang lain, ada potensi kontrol yang tidak lengkap terhadap perilaku atas tujuan. Misalnya seseorang akan bisa bekerjasama dengan orang lain hanya jika orang yang diajak tersebut juga berkeinginan untuk bekerjasama. Seperti waktu dan kesempatan, ketidakmampuan untuk berperilaku sesuai dengan intensi juga disebutkan karena ketergantungan kepada orang lain. Seringkali seseorang mendapati kesulitan jika dipasangkan dengan partner lain kalau dia sudah ketergantungan terhadap orang lain. Hal inilah tentu menghambat terwujudnya perilaku karena intensi yang tak sesuai tujuan.

Singkatnya, kekurangan kesempatan dan ketergantungan pada orang lain hanya akan membawa pada perubahan yang sementara pada intensi. Ketika lingkungan terwujud sebuah perilaku, seseorang akan menunggu untuk kesempatan yang lebih baik.

2. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Dalam masyarakat Indonesia, selain dikenal istilah utang piutang, juga dikenal dengan istilah kredit dalam perbankan konvensional dan pembiayaan dalam perbankan syariah. Utang piutang biasanya digunakan oleh masyarakat dalam konteks pemberian pinjaman kepada pihak lain. Adapun istilah kredit atau pembiayaan ini lebih banyak digunakan oleh masyarakat pada transaksi perbankan dan pembelian yang tidak dibayar secara tunai. Secara esensial antara utang dan kredit atau pembiayaan tidak jauh berbeda dalam pemaknaannya di masyarakat. Terkait dengan perbankan syariah tentu yang dibahas adalah lebih memfokuskan tentang istilah pembiayaan. Pembiayaan atau financing ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain

pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.⁷

Dalam Undang- Undang Nomor 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Kata pembiayaan berasal dari kata “biaya” yang berarti mengeluarkan dana untuk keperluan sesuatu. Sedangkan pembiayaan adalah penyedia uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan juga berarti kepercayaan (*trust*), maksudnya bank atau lembaga keuangan syariah menaruh kepercayaan kepada seseorang atau perusahaan untuk melaksanakan amanah yang diberikan berupa pemberian dana dan mengelolanya dengan benar, adil dana disertai ikatan dan syarat-syarat yang jelas dan saling menguntungkan kedua belah pihak.

Jenis- jenis pembiayaan Jenis- jenis produk pembiayaan di pegadaian adalah:

⁷ Antonio, Muhammad Syafi'i. Bank Syariah,(Dari Teori ke Praktek. Jakarta: Gema Insani Press. 2004) hlm 27

- 1) Produk Amanah Pembiayaan Amanah merupakan salah satu pembiayaan yang ada di pegadaian syariah untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran yang diberikan kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta. Keuntungan dari produk amanah ini adalah
- 2) Kegiatan transaksi berdasarkan prinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai yang terdapat pada fatwa 92/DSNMUI/IV/2014.
- 3) Mempunyai uang muka yang kecil pembelian sepeda motor mulai 20% untuk karyawan swasta dan 10% untuk PNS dan untuk uang muka mobil mulai dari 25%.
- 4) Jangka waktu pembiayaan fleksibel mulai dari 12, 18, 24, 36, 48 dan 60 bulan.
- 5) Pegadaian syariah memberikan kompetitif dan tarik muna'ah
- 6) Pembiayaan diterima bisa dalam bentuk kendaraan baru maupun kendaraan sudah dipakai
- 7) Proses pelayanan yang sederhana, cepat dan mudah Syarat-syarat untuk produk amanah ini adalah Berupa karyawan tetap dan masa kerja minimal 2 tahun. 39 2) Usia minimal 21 tahun atau sisa masa kerja 1 tahun sebelum pensiun Jatuh tempo maksimal 70 tahun.
- 8) Pemakaian kendaraan harus di wilayah pemohon.
- 9) Memiliki usaha produktif yang sah dan minimal berjalan 1 tahun.
- 10) Memiliki tempat tinggal

b. Prinsip-Prinsip Pembiayaan

- 1) Prinsip bagi hasil Fasilitas pembiayaan yang disediakan disini berupa uang tunai atau barang yang dinilai dengan uang, jika dilihat dari sisi jumlah, dapat menyediakan sampai 100% dari modal yang diperlukan, ataupun dapat pula hanya sebagian saja berupa patungan antar bank dengan pengusaha.
- 2) Prinsip jual beli Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, di mana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (*margin/mark up*).
- 3) Prinsip sewa menyewa Dalam penyaluran dana bank syariah adalah sewa menyewa. Sewa menyewa pada dasarnya merupakan transaksi sewa guna usaha atau leasing oleh karena itu sebagai mana dalam praktek, sewa guna usaha bisa dalam bentuk sewa guna usaha dengan hak opsi atau finansial lease. Dan sewa guna usaha tanpa hak opsi atau *operating lease*.

c. Tujuan Pembiayaan

- 1) Membantu usaha nasabah, yaitu membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana investasi ataupun dalam bentuk pembiayaan.

- 2) Membantu pemerintah, yaitu semakin banyak pembiayaan yang disalurkan bank maka semakin banyak peningkatan bangunan di berbagai sektor
- 3) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan membuka sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- 4) Bagi perbankan yang bersangkutan hasil dari penyaluran pembiayaan, diharapkan bank dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar dapat survival dan meluas jaringan usahanya, sehingga banyak masyarakat yang dapat dilayani.
- 5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktifitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.

d. Unsur-Unsur Pembiayaan

- 1) Adanya penyediaan dana atau tagihan berdasarkan persetujuan (akad pembiayaan).
- 2) Ada 2 (dua) pihak, yaitu bank dan pihak lain (nasabah penerima fasilitas).
- 3) Adanya penyediaan dana atau tagihan.
- 4) Adanya kewajiban pihak yang di biyai atau di beri fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

e. Rukun-Rukun Pembiayaan

- 1) Rukun ini penting untuk di ketahui dan di laksanakan karena jika satu rukun saja tidak terpenuhi, maka dapat menyebabkan akad ini tidak sah. Berikut ini rukun-rukunnya: Shohibul maal dan mudharib Ada 2 pihak, yakni pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola (mudharib) yang harus memenuhi kriteria cakap hukum Sudah dewasa (berusia di atas 18 tahun), Tidak gila atau hilang ingatan, Tidak dalam pengampunan, Tidak di larang oleh undang-undang. Rukun ini penting untuk di penuhi. Apabila salah satu pihak tidak cakap hokum, perjanjian dapat di batalkan.
- 2) Ijab qabul Kedua pihak melakukan ijab dan qabul untuk menunjukkan kehendak dalam mengadakan kontrak.
- 3) Kedua pihak harus secara eksplisit menyebutkan tujuan kontrak/akad.
- 4) Penerimaan dan penawaran modal di lakukan bersamaan dengan pembuatan kontrak.
- 5) Akad di tuangkan dalam bentuk tertulis, korespondensi, atau caracara modern lainnya.

f. Pembiayaan KUR Syariah

- 1) KUR Syariah

Pengertian dari KUR Pegadaian Syariah adalah fasilitas pinjaman kepada Rahin (nasabah) yang belum memiliki akses pinjaman ke bank (belum bankable) tetapi sudah memiliki usaha

yang layak dan produktif untuk pengembangan usahanya berdasarkan dalam jangka waktu tertentu berdasarkan akad Rahn (gadai syariah). Adapun biaya pemeliharaan dari KUR Syariah Pegadaian ini disebut dengan *Mu'nah* dan tidak terdapat bunga didalamnya. Dengan adanya KUR Syariah Pegadaian itu bertujuan untuk memberi penawaran opsi bagi nasabah yang ingin mengajukan pinjaman KUR dengan sistem syariah namun belum memiliki pinjaman KUR ke bank lain.

Kredit berasal dari bahasa Italia, *credere* yang artinya kepercayaan, yaitu kepercayaan dari kreditur bahwa debiturnya akan mengembalikan pinjaman beserta bunganya sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak. Tegasnya, kreditur percaya bahwa kredit itu tidak akan macet. Kredit secara umum adalah cara penjualan barang dengan pembayaran tidak secara tunai (pembayaran ditangguhkan atau diangsur).⁸

Program pemerintah saat ini yang sedang berlangsung dalam rangka pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dikenal dengan nama "Kredit Usaha Rakyat (KUR)". Menurut Peraturan Menteri Keuangan, Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit/pembiayaan kepada UMKM-K (Usaha Mikro Kecil Menengah dan Koperasi) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha

⁸ Mahmud Yunus Daulay M.A dan Nadlrah Naimi S.Ag, Studi Islam II, (Medan: RATU JAYA, Cet. 1, 2012) h. 133.

produktif. Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah pembiayaan modal kerja atau investasi kepada debitur individu/perorangan maupun kelompok usaha produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup.

Rakyat atau biasa disingkat KUR merupakan program dari pemerintah yang disalurkan oleh lembaga keuangan dengan pemberian kredit atau pembiayaan modal usaha kepada perseorangan yang produktif untuk meningkatkan skala UMKM yang baik. Program Kredit Usaha Rakyat pada perusahaan lembaga bank di resmikan pada tanggal 5 November 2007. Program ini dibuat untuk meningkatkan akses pembiayaan kepada masyarakat UMKM guna mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Tujuan KUR Syariah yaitu meningkatkan dan memperluas akses pembiayaan kepada sektor produktif, meningkatkan kapasitas daya saing usaha mikro, kecil dan menengah, dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Sumber dana KUR Syariah bersumber dari dana Lembaga Keuangan Syariah penyalur KUR Syariah.

Upaya meningkatkan akses pada sumber pembiayaan antara lain dilakukan dengan memberikan kredit bagi UMKM (Usaha Mikro Kredit Menengah) melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pada tanggal 5 November 2007, Presiden meluncurkan Kredit

Usaha Rakyat (KUR), dengan fasilitas penjamin kredit dari pemerintah melalui PT. Askrido dan Perum Jamkrindo.⁹

KUR Syariah dalam pembiayaan di PT.Pagadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan memberikan batasan jangkauan lokasi pelayanan pembiayaan kurang dari 5 KM dari kantor yang diperuntukkan bagi individu (perorangan) yang melakukan usaha produktif dan layak dengan jumlah pembiayaan maksimal Rp. 10.000.000 (sepuluh puluh lima juta rupiah) per nasabah di sekitar pasar Sibuhuan. KUR Syariah menggunakan akad murabahah dengan margin yang merupakan besaran keuntungan atau imbalan bagi hasil yang ditetapkan dalam pemberian KUR Syariah.terdapat subsidi margin dari pemerintah yaitu selisih antara tingkat margin yang diterima oleh penyalur KUR Syariah dengan tingkat margin yang dibebankan kepada penerima KUR Syariah.

Layanan KUR Syariah dapat diakses di lebih dari 4.000 cabang Pegadaian yang berlokasi di seluruh Indonesia, mulai dari Sabang hingga Merauke.

2) Tujuan Program Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Dalam Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Selaku Ketua Komite kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Nomor 8 Tahun 2015

⁹ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, Sekretariat Komite Kebijakan Pembiayaan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah , Brosur KUR Syariah.

Tentang Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat Pasal 2 , pelaksanaan KUR bertujuan untuk:

- a) Meningkatkan dan memperluas penyaluran KUR kepada usaha produktif
 - b) Meningkatkan kapasitas daya saing usaha mikro, kecil dan menengah
 - c) Mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.
- 3) Sasaran Program Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Sasaran program KUR adalah kelompok masyarakat yang telah dilatih dan ditingkatkan keberdayaan serta kemandiriannya dalam usaha yang digeluti sebelumnya contohnya pelaku UMKM yang diberikan pelatihan, pelaku usaha yang butuh tambahan modal usaha. Harapannya agar kelompok masyarakat atau pelaku UMKM tersebut mampu untuk memanfaatkan skema pendanaan yang berasal dari lembaga keuangan formal seperti Bank, Koperasi, BPR dan lain-lain. Dari sisi kelembagaan, maka sasaran KUR adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Sektor usaha yang diperoleh untuk memperoleh KUR adalah sebagai usaha produktif di masyarakat sibuhuan.

- 4) Penerima KUR

Penerima KUR adalah individu/ perseorangan atau badan hukum yang melakukan usaha produktif berupa:

- a) Usaha mikro, kecil, menengah
- b) Calon tenaga kerja indonesia yang akan bekerja di luar negeri
- c) Anggota keluarga dari karyawan/ karyawan/ karyawan yang berpenghasilan tetap atau bekerja sebagai tenaga kerja Indonesia
- d) Tenaga kerja Indonesia yang punya pekerjaan di luar negeri
- e) Pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja

5) Penyalur KUR

Penyalur KUR adalah bank atau lembaga keuangan bukan bank yang disetujui oleh komite kebijakan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah Persyaratan bank atau lembaga keuangan bukan bank yang dapat ditetapkan sebagai penyalur KUR adalah:

- a) Memenuhi kriteria bank dan atau lembaga keuangan bukan bank sehat dan informasi kinerja dari otoritas jasa keuangan
- b) Melakukan kerjasama dengan perusahaan penjamin dalam penyaluran KUR
- c) Memiliki online system data KUR dengan penjamin dan sistem informasi kredit program
- d) Bank atau lembaga keuangan bukan bank yang disetujui sebagai penyalur KUR oleh komite kebijakan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah ditetapkan dengan keputusan

menteri 52 koordinator bidang perekonomian selaku ketua komite kebijakan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah.

6) Persyaratan dan Cara Pengajuan

- a) Fotocopy e-KTP yang sudah terdaftar atau terverifikasi
- b) Fotocopy KK (Kartu Keluarga)
- c) Fotocopy Buku Nikah bagi calon nasabah yang sudah menikah
- d) Surat keterangan domisili jika alamat tinggal berbeda dengan KTP
- e) Memiliki rumah tinggal tetap yang dibuktikan dengan PBB, SHM/SHGB
- f) Fotocopy Nomor Induk Usaha (NIB) atau Surat Keterangan Izin Usaha (IUMK), SIUP, SKU yang diperoleh dan diterbitkan oleh pejabat berwenang
- g) Fotocopy rekening listrik/PDAM/Telepon

Jika persyaratan diatas sudah Sahabat penuhi, maka kini sudah bisa mencari tahu bagaimana langkah dan cara mengajukannya.

7) Cara Pengajuan KUR Syariah Pegadaian

- a) Nasabah mengisi formulir pengajuan
- b) Menyerahkan dokumen persyaratan yang sudah disiapkan
- c) Petugas resmi akan melakukan survey ke tempat tinggal dan tempat usaha.
- d) Menandatangani akad kredit secara syariah

- e) Rahin (nasabah) menerima pencairan dana KUR
- f) Nasabah mengangsur tiap bulan sesuai tanggal jatuh tempo

Ketahui pula ketentuan yang diberlakukan oleh Pegadaian kepada calon nasabah agar semua berjalan dengan lancar tanpa kendala.

8) Ketentuan Umum KUR Syariah

- a) Telah berusia minimal 17 tahun dan berusia maksimal 65 tahun pada saat jatuh tempo akad. Berbeda dengan KUR BRI yang batasan usia minimal 21 tahun, maksimal usia 75 tahun pada saat jatuh tempo.
- b) Memiliki usaha UMKM yang sah dan layak sesuai dengan syariah Islam dan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- c) Calon Rahin (nasabah) tidak sedang mendapatkan fasilitas pembiayaan program pemerintah dan atau pembiayaan produktif dari lembaga keuangan lain, kecuali kredit konsumtif seperti leasing, KPR, kartu kredit, kredit pensiunan dll dengan catatan setoran atau pembayaran cicilan lancar dan masih memiliki kemampuan untuk membayar.
- d) Memperoleh atau memiliki pendapatan rutin bulanan atau mingguan

9) Ketentuan Khusus Produk

Adapun ketentuan yang mengkhususkan pinjaman dapat dicairkan adalah:

- a) Khusus kredit modal usaha
- b) Jangka waktu pinjaman mulai dari 12 hingga 36 bulan
- c) Besaran Marhun Bih (uang pinjaman) untuk KUR Syariah yang disalurkan oleh Perusahaan adalah Rp.1.000.000 (Satu Juta Rupiah) hingga Rp.10.000.000 (Sepuluh Juta Rupiah)
- d) Besaran Mu'nah atau jasa pemeliharaan KUR Syariah yang disalurkan oleh Perusahaan yaitu 6% efektif per tahun. Jadi, prinsip yang digunakan bukan berupa bunga melainkan Mu'nah pemeliharaan

Selanjutnya yaitu kita ketahui terlebih dahulu mengenai tarif produk ini agar kamu bisa langsung dapat mengkalkulasi mulai dari kemampuan bayar hingga berapa lama pinjaman dapat dilunasi sesuai dengan kemampuan dan Tarif Produk 6% efektif per tahun atau 0,28% flat per bulan dari pembiayaan Bebas denda dan biaya administrasi Bebas biaya provisi.

3. *Shariah Compliance*

a. *Pengertian Shariah Compliance*

Shariah Compliance, atau kepatuhan syariah, merujuk pada sejauh mana sebuah Bank Syariah mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam operasinya. Kepatuhan syariah menunjukkan bahwa bank tersebut telah memenuhi semua prinsip syariah dengan menunjukkan karakter, integritas, dan kredibilitas. Budaya kepatuhan mencerminkan nilai-

nilai, perilaku, dan tindakan yang mendukung bank syariah dalam mematuhi semua peraturan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.¹⁰

Shariah compliance adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait.¹⁹ Kepatuhan syariah (*Shariah compliance*) merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di Bank Syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan Bank Syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia.²⁰ Makna Kepatuhan Syariah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip aturan syariah yang harus ditaati dalam perbankan syariah.

Beberapa definisi yang telah dijelaskan oleh pakar diatas, dapat dipahami bahwa kepatuhan syariah (*Shariah Compliance*) merupakan pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah di Lembaga Keuangan Syariah (dalam hal ini perbankan syariah) yang menjadikan fatwa DSN MUI dan peraturan Bank Indonesia (BI) sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di Bank Syariah.

¹⁰Uswatun hasanah Nurul Fitriani, Kharis Fadlullah Hana, dan Nurul Fitiani, “Analisis Penerapan Sharia Compliance Pada Produk Pembiayaan BSI KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (30 Desember 2022): 144–58, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.142.144-158>.

Kepatuhan terhadap prinsip syariah ini berimbas kepada semua hal dalam industri perbankan syariah, terutama dengan produk dan transaksinya. Kepatuhan syariah dalam operasional Bank Syariah tidak hanya meliputi produk saja, akan tetapi juga meliputi sistem, teknik, dan identitas perusahaan. Oleh karena itu, budaya perusahaan, yang meliputi pakaian, dekorasi, dan image perusahaan juga merupakan salah satu aspek kepatuhan syariah dalam Bank Syariah yang bertujuan untuk menciptakan sesuatu moralitas dan spiritual kolektif, yang apabila digabungkan dengan produksi barang dan jasa, maka akan menopang kemajuan dan pertumbuhan jalan hidup yang Islami.

b. Indikator *Shariah Compliance*

Compliance merupakan kompetensi guna memenuhi hukum Islam yang bergerak berdasar prinsip ekonomi serta perbankan islam.

Indikator variabel *sharia compliance* yakni:¹¹

- 1) Selaras pada prinsip serta hukum Islam.
- 2) Tidak terdapat bunga yang diambil maupun yang diberi kepada tabungan.
- 3) Adanya produk investasi bagi hasil.

Dalam operasional lembaga keuangan syariah, terdapat tujuh dimensi yang perlu diperhatikan:

¹¹Orin Verawati Ramadani, Abd Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi, “Analisis Pengaruh Syariah Compliance dan Assurance terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah di Kabupaten Merauke,” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (1 Desember 2018): 349–75, <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.2.2662>.

- 1) Pertama, transaksi bank harus bebas dari riba, yang merupakan penambahan penghasilan yang tidak sah pada transaksi pinjam meminjam.
- 2) Kedua, tidak boleh ada *ghahar* dalam transaksi, yang menyebabkan ketidakpastian bagi salah satu pihak dalam transaksi.
- 3) Ketiga, transaksi tidak boleh mengandung *maisir* atau unsur perjudian.
- 4) Keempat, lembaga keuangan syariah harus menjalankan bisnis berbasis laba halal sesuai dengan prinsip syariah dan fatwa DSN-MUI. Kelima, lembaga tersebut harus menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah dalam pengelolaan dana.
- 5) Keenam, mereka juga harus mengelola dana sosial seperti infaq, zakat, dan shadaqoh sesuai dengan ketentuan syariah.
- 6) Terakhir, mereka harus menghindari praktik *bai' al-'inah*, yang melibatkan pembelian dan penjualan dengan cara yang tidak tunai untuk mendapatkan keuntungan yang tidak sah.

c. Fungsi *Shariah Compliance*

Fungsi utama dari *shariah compliance* adalah untuk memastikan bahwa semua kegiatan operasional lembaga keuangan syariah sesuai dengan hukum syariah. Ini merupakan langkah preventif untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Untuk menjamin kepatuhan terhadap aturan syariah, bank

syariah biasanya memiliki struktur organisasi khusus yang bertanggung jawab atas pengawasan syariah. Di Indonesia, pengawasan ini dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS), yang merupakan bagian dari Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan ditempatkan di setiap bank syariah. Tugas utama DPS adalah memastikan bahwa bank syariah mematuhi semua peraturan dan fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.

d. Ketentuan *Shariah Compliance*

Jaminan kepatuhan syariah (*Shariah compliance assurance*) atas keseluruhan aktivitas Bank Syariah merupakan hal yang sangat penting bagi nasabah dan masyarakat. Beberapa ketentuan yang dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai kepatuhan syariah di dalam Lembaga Keuangan Syariah, antara lain sebagai berikut:

- 1) Akad atau kontrak yang digunakan untuk pengumpulan dan penyaluran dana sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan syariah yang diberlakukan.
- 2) Dana zakat dibayar dan dihitung dikelola dengan aturan prinsip syariah.
- 3) Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan akuntansi syariah yang berlaku
- 4) Lingkungan kerja dan corporate culture sesuai dengan syariah.
- 5) Bisnis dan usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan syariah.

- 6) Terdapat Dewan Pengawas Syariah sebagai pengarah syariah atas keseluruhan aktivitas operasional Bank Syariah.
- 7) Sumber dana berasal dari sumber dana yang sah dan halal menurut syariah.

Bank Syariah dinilai berdasarkan ketentuan, yaitu apakah operasional bank telah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan umum kepatuhan syariah tersebut. Sehingga keberadaan Dewan Pengawas Syariah dalam struktur Bank Syariah merupakan aplikasi dari tuntutan pemenuhan prinsip ini.

Penjelasan pengawasan internal syariah dalam Bank Syariah tersebut memberikan kesimpulan bahwa pengawasan internal syariah merupakan suatu mekanisme atau sistem pengendalian secara internal untuk menilai dan menguji seluruh aktivitas dan operasi serta produk Bank Syariah terhadap kepatuhan atas prinsip-prinsip dan aturan syariah yang telah ditetapkan.

Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa operasional Bank Syariah telah memenuhi prinsip-prinsip syariah, maka Bank Syariah harus memiliki institusi internal independen yang khusus dalam pengawasan kepatuhan syariah, yaitu Dewan Pengawas Syariah. DPS merupakan badan independen yang ditempatkan oleh DSN pada Bank Syariah yang anggotanya terdiri dari para ahli bidang Fiqih Muamalah dan memiliki pengetahuan umum dalam bidang perbankan.

Pengawasan eksternal secara berkala dilakukan oleh BI dan tim audit syariah yang datang ke Bank Syariah.

e. Tujuan *Shariah Compliance*

Tujuan utama dibentuknya Dewan Pengawas Syariah adalah untuk mengawasi aktivitas operasional bank dan Lembaga Keuangan Syariah lainnya agar sesuai dengan prinsip syariah. Dalam Surat keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) No. Kep/98/MUI/2001 bahwa mekanisme kerja DPS antara lain:

- 1) Melakukan pengawasan secara periodik pada LKS di bawah pengawasannya.
- 2) Berkewajiban mengusulkan pengembangan LKS kepada pimpinan lembaga yang bersangkutan dan kepada DSN.
- 3) Melaporkan perkembangan produk dan operasional LKS yang diawasinya kepada DSN sekurang-kurangnya 2 kali dalam 1 tahun anggaran.
- 4) Merumuskan permasalahan-permasalahan yang memerlukan DSN.

Dewan Syariah Nasional mengeluarkan pedoman yang akan digunakan oleh Lembaga Keuangan Syariah dalam tiap produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Pedoman tersebut dalam bentuk fatwa fatwa yang wajib menjadi kerangka kerja pada Lembaga Keuangan Syariah dalam menjalankan operasional perusahaannya. Fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional terhadap produk gadai di Lembaga Keuangan Syariah ialah fatwa nomor 25/DSN-MUI/III/2002

tentang rahn dan fatwa nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn emas.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan rujukan dalam melakukan penelitian ini. Adapun kajian penelitian terdahulu yang sesuai dengan permasalahan dan variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Menurut Saygılı dkk.¹² dan Raza dkk.,¹³ sikap mengacu pada perasaan positif atau negatif seseorang yang timbul dari evaluasi terhadap perilaku tertentu.¹⁴ Sikap juga mencakup penilaian terhadap konsekuensi dari perilaku tertentu. Sikap pelanggan Muslim terhadap suatu produk atau layanan bertindak sebagai prediktor internal yang dapat mempengaruhi intensi dan perilaku tertentu.¹⁵ Menurut Li dan Peng, intensi adalah sejauh mana konsumen bersedia untuk terlibat dalam pembelian suatu produk.¹⁶ Sesuai dengan konsep TPB, intensi dipengaruhi oleh sikap.¹⁷ Ajzen

¹²Metin Saygılı dkk., “Determining Intention to Choose Islamic Financial Products Using the Attitude–Social Influence–Self-Efficacy (ASE) Model: The Case of Turkey,” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 15, no. 6 (25 November 2022): 1109–26, <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2020-0569>.

¹³Syed Ali Raza dkk., “Influential Factors of Islamic Insurance Adoption: An Extension of Theory of Planned Behavior,” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (3 Oktober 2019): 1497–1515, <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0047>.

¹⁴Hanudin Amin dkk., “Determinants of Customers’ Intention to Use Islamic Personal Financing: The Case of Malaysian Islamic Banks,” *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 2, no. 1 (19 April 2011): 22–42, <https://doi.org/10.1108/17590811111129490>.

¹⁵Hind Lebdaoui, Youssef Chetioui, dan Tahar Harkat, “Propensity towards Islamic Banking among Non-Users: A Mixed-Methods Analysis,” *Journal of Financial Services Marketing*, 20 September 2022, <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00178-5>.

¹⁶Li dan Peng, “Influencer Marketing.”

¹⁷Ajzen, “Consumer Attitudes and Behavior.”

berpendapat bahwa sikap adalah salah satu variabel penjelas terpenting dari intensi berperilaku, seperti ketaatan pada Islam prinsip dengan memutuskan menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Muslim yang setia pada ajaran Islam memiliki pandangan yang baik terhadap keuangan Islam dan mengadopsi produk keuangan Islam.¹⁸

Beberapa peneliti menganggap sikap sebagai variabel penting bagi perilaku konsumen.¹⁹ Mindra dkk. menemukan pengaruh positif antara sikap dan intensi berperilaku terhadap pemanfaatan produk perbankan syariah.²⁰ Pengaruh positif antara sikap dan intensi telah dikonfirmasi dalam berbagai penelitian termasuk takaful keluarga.²¹ Demikian pula, banyak penelitian di sektor perbankan syariah yang membuktikan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi.²²

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa sikap adalah salah satu variabel penjelas terpenting dari intensi berperilaku, intensi positif mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks pegadaian, hampir tidak ada literatur yang meneliti pengaruh sikap terhadap intensi menggunakan pembiayaan KUR Syariah, yang berdampak pada perilaku

¹⁸Abdul Aziz Nugraha Pratama, M. Luthfi Hamidi, dan Edi Cahyono, "The Effect of Halal Brand Awareness on Purchase Intention in Indonesia: The Mediating Role of Attitude," *Cogent Business & Management* 10, no. 1 (31 Desember 2023): 2168510, <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2168510>.

¹⁹Peña-García dkk., "Purchase Intention and Purchase Behavior Online."

²⁰Mindra dkk., "Attitude and Islamic Banking Adoption."

²¹Salman, Ab. Rashid, dan Htay, "The Impact of Internal Forces on Acceptance of Takaful by Insurance Policy-Holders in India."

²²Janah, Medias, dan Pratiwi, "The Intention of Religious Leaders to Use Islamic Banking Services."

nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian. Namun demikian, mengingat banyaknya bukti empiris yang meneliti pengaruh sikap terhadap intensi, maka dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

- b. Pengaruh antara norma subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Menurut model TPB, norma subjektif merupakan variabel kedua yang sangat mempengaruhi intensi berperilaku. Norma subjektif menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari tekanan sosial, yang bertindak sebagai insentif atau hambatan ekstrinsik terhadap proses pengambilan keputusan secara sadar.²³ Menurut Effendi dkk., komponen norma subjektif merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan perilaku pelanggan.²⁴ Merujuk pada pendapat Osman dkk., norma subjektif nasabah bank syariah adalah intensi menggunakan produk bank syariah karena dorongan dari orang disekitarnya.²⁵

Penelitian Izquierdo-Yusta dkk. mencatat bahwa teman dekat, keluarga, kolega, atau orang lain yang dianggap penting bagi seseorang dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap intensi mereka karena

²³Wan, Shen, dan Choi, "Experiential and Instrumental Attitudes."

²⁴Effendi dkk., "The Application of the Theory of Reasoned Action on Services of Islamic Rural Banks in Indonesia."

²⁵Osman dkk., "The Dilemma of Millennial Muslims towards Financial Management."

adanya tekanan untuk mematuhi pandangan mereka.²⁶ Akibatnya, konsumen dengan norma subjektif positif lebih cenderung memiliki intensi positif untuk melakukan perilaku tertentu.²⁷ Rapi dan Kassim menemukan bahwa norma subjektif mempengaruhi intensi membeli dan keputusan nasabah bank syariah.²⁸

Osman dkk. berpendapat norma subjektif mempunyai dampak besar terhadap perilaku klien pembiayaan syariah.²⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Lebdaoui dkk. mengungkapkan bahwa norma subjektif menjadi penentu utama intensi masuk Islam dengan menggunakan jasa bank syariah bebas riba.³⁰ Dalam penelitian keuangan Islam, norma subjektif ditemukan berdampak positif terhadap intensi untuk mengadopsi perbankan Islam,³¹ dan intensi untuk membeli layanan asuransi syariah.³² Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

²⁶Izquierdo-Yusta, Martínez-Ruiz, dan Pérez-Villarreal, "Studying the Impact of Food Values, Subjective Norm and Brand Love on Behavioral Loyalty."

²⁷Yousaf dkk., "Studying the Influence of Entrepreneurial Attributes, Subjective Norms and Perceived Desirability on Entrepreneurial Intentions."

²⁸Rapi dan Kassim, "PERCEPTION AND INTENTION TO PARTICIPATE IN MICROTAKAFUL SCHEME AMONG INDONESIANS."

²⁹Osman dkk., "The Dilemma of Millennial Muslims towards Financial Management."

³⁰Lebdaoui, Chetioui, dan Harkat, "Propensity towards Islamic Banking among Non-Users."

³¹Juma Bananuka dkk., "Attitude: Mediator of Subjective Norm, Religiosity and Intention to Adopt Islamic Banking," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (18 Mei 2019): 81–96, <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0025>.

³²Amron Amron, Usman Usman, dan Ali Mursid, "The Role of Electronic Word of Mouth, Conventional Media, and Subjective Norms on the Intention to Purchase Shariah Insurance Services," *Journal of Financial Services Marketing* 23, no. 3–4 (Desember 2018): 218–25, <https://doi.org/10.1057/s41264-018-0055-8>.

- c. Pengaruh antara persepsi kontrol perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Persepsi kontrol perilaku berfokus pada sumber daya atau hambatan individu, yang mempengaruhi apakah mereka mengambil bagian dalam intensi berperilaku.³³ Menurut Purwanto dkk.³⁴ dan Yusfiarto dkk.,³⁵ Persepsi Kontrol Perilaku adalah penilaian nasabah terhadap kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan produk perbankan syariah. Menurut TPB, meskipun sikap dan norma subjektif masyarakat positif, mereka mungkin memiliki intensi yang rendah untuk melakukan suatu perilaku jika mereka merasa memiliki kendali yang terbatas atau tidak ada sama sekali terhadap tindakan tersebut.³⁶

Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara faktor persepsi kontrol perilaku dengan intensi perilaku dan perilaku kepatuhan.³⁷ Alzadjal dkk., menemukan bahwa perilaku nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kontrol perilaku.³⁸

³³Ajzen, "The Theory of Planned Behavior."

³⁴Purwanto dkk., "Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation."

³⁵Rizaldi Yusfiarto dkk., "Examining Islamic Capital Market Adoption from a Socio-Psychological Perspective and Islamic Financial Literacy," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 4 (17 April 2023): 574–94, <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0037>.

³⁶Ulker-Demirel dan Ciftci, "A Systematic Literature Review of the Theory of Planned Behavior in Tourism, Leisure and Hospitality Management Research."

³⁷Sadallah dkk., "Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective."

³⁸Alzadjal dkk., "Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman."

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berdampak positif terhadap intensi petani untuk mengadopsi pengelolaan nutrisi,³⁹ serta intensi individu untuk mengadopsi teknologi blockchain,⁴⁰ metode hemat energi,⁴¹ pembelajaran seluler berkelanjutan,⁴² dan Internet banking.⁴³ Dalam konteks pegadaian, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

d. Pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Menurut Li dan Peng, intensi adalah sejauh mana konsumen bersedia untuk terlibat dalam pembelian suatu produk.⁴⁴ Intensi bisa digunakan untuk menguji penerapan saluran distribusi baru untuk membantu manajer menentukan apakah konsep tersebut layak untuk pengembangan lebih lanjut dan memutuskan pasar geografis dan segmen konsumen mana yang akan dituju melalui saluran tersebut.⁴⁵ Sesuai dengan konsep TPB, intensi berasal atau sangat dipengaruhi oleh sikap.⁴⁶ Pentingnya terletak pada

³⁹Daxini dkk., "Which Factors Influence Farmers' Intentions to Adopt Nutrient Management Planning?"

⁴⁰Kamble, Gunasekaran, dan Arha, "Understanding the Blockchain Technology Adoption in Supply Chains-Indian Context."

⁴¹Ru, Wang, dan Yan, "Exploring the Effects of Normative Factors and Perceived Behavioral Control on Individual's Energy-Saving Intention."

⁴²Al-Emran, Arpaci, dan Salloum, "An Empirical Examination of Continuous Intention to Use M-Learning."

⁴³Rahi dkk., "Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption context."

⁴⁴Li dan Peng, "Influencer Marketing."

⁴⁵Morwitz, Steckel, dan Gupta, "When do purchase intentions predict sales?"

⁴⁶Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior."

fakta bahwa intensi dianggap sebagai prediktor kunci dari perilaku aktual.⁴⁷ Oleh karena itu, intensi sebagai variabel penting bagi perilaku pembelian konsumen.⁴⁸

Konstruk ini terjadi pada tahap pra-pembelian dan menangkap aspek motivasional yang mempengaruhi perilaku pelanggan.⁴⁹ Untuk memprediksi perilaku konsumen, penting untuk mengetahui sikap, penilaian, dan faktor internal yang akhirnya menghasilkan intensi pembelian.⁵⁰ Menurut Ajzen, intensi konsumen adalah indikator sejauh mana orang bersedia melakukan perilaku tertentu.⁵¹

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa intensi positif mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap produk ramah lingkungan,⁵² produk fashion,⁵³ peralatan perlindungan diri seperti masker wajah,⁵⁴ produk halal,⁵⁵ dan lain-lain. Dalam konteks asuransi Islam, hampir tidak ada literatur yang meneliti dampak intensi terhadap perilaku pembelian konsumen asuransi takaful keluarga. Namun demikian, mengingat banyaknya bukti empiris yang mendukung dampak intensi

⁴⁷Montaño dan Kasprzyk, "Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model."

⁴⁸Han dan Yoon, "Hotel Customers' Environmentally Responsible Behavioral Intention."

⁴⁹C. J. Armitage dan M. Conner, "Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review," *The British Journal of Social Psychology* 40, no. Pt 4 (Desember 2001): 471–99, <https://doi.org/10.1348/014466601164939>.

⁵⁰Martin Fishbein dan Icek Ajzen, *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach* (Hoboken: Taylor and Francis, 2011).

⁵¹Ajzen, "The Theory of Planned Behavior."

⁵²Minbashrazgah, Maleki, dan Torabi, "Green Chicken Purchase Behavior."

⁵³Mehta dkk., "'Sustainable Attitude' – a Modest Notion Creating a Tremendous Difference in the Glamorous Fast Fashion World."

⁵⁴Liang, Hustvedt, dan Miller, "Prioritizing Protection by Face Masks during COVID-19."

⁵⁵Haque, Azam, dan Chowdhury, "Factors Affecting Purchase Behaviour of Shariah Compliant Hotels."

terhadap perilaku, maka dapat disimpulkan bahwa intensi berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

- e. *Shariah compliance* (kepatuhan syariah) memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Kepatuhan syariah merupakan bentuk perilaku nasabah di lembaga keuangan syariah dimana nasabah tidak melakukan kegiatan pembayaran atau penagihan bunga. Nasabah lebih memilih berinvestasi pada lembaga keuangan syariah, melakukan transaksi keuangan hanya pada lembaga keuangan syariah, menerima lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip syariah dan memilih bank yang beretika syariah.⁵⁶ Perbedaan mendasar antara produk dan layanan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional, serta keraguan yang masih ada di kalangan praktisi dan peneliti, menjadi topik perselisihan yang berkelanjutan. Beberapa klien masih percaya bahwa tidak ada perbedaan substansial antara keduanya.⁵⁷

⁵⁶Sulaiman, Rahman, dan Mat, "The Conceptual Paper on Service Quality and Business Zakat Compliance Behaviour among SMEs in Kedah."

⁵⁷Md. Bokhtiar Hasan dkk., "Role of Risk Disclosure on Creditworthiness and Driving Forces of Risk Disclosure of Banks: Islamic vs Conventional Banks," *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 16, no. 5 (1 Agustus 2023): 892–909, <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2022-0008>.

Faktor yang paling penting adalah seberapa baik konsumen memahami konsep lembaga keuangan agar sesuai dengan prinsip syariah.⁵⁸ Klien Muslim diharuskan memilih organisasi keuangan yang menganut prinsip Islam sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan keuangan mereka.⁵⁹ Akibatnya, nasabah memilih untuk melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah. Maka, memahami alasan komunitas Muslim memilih produk dan layanan keuangan berbasis syariah melalui bank sangat penting untuk menghasilkan perilaku nasabah yang sesuai syariah.⁶⁰ Untuk memastikan kepatuhan nasabah terhadap aturan syariah, penting mempertimbangkan faktor lingkungan, sikap konsumen individu atau institusi,⁶¹ dan intensi perilaku.

Menurut Samad dkk., intensi berperilaku adalah kemungkinan nasabah akan melakukan perilaku seperti merekomendasikan bank syariah, menggunakan produk bank syariah secara terus menerus dan menunjukkan pengabdian kepada bank syariah.⁶² Intensi perilaku akan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

⁵⁸Hideur Nasser Hideur Nasser, "The Fiqh Maxim 'Kharāj bil-Damān' as a Key Characteristic," *Journal of King Abdulaziz University Islamic Economics* 35, no. 3 (1 Oktober 2022): 127–37, <https://doi.org/10.4197/Islec.35-3.9>.

⁵⁹Sadia Afrin dkk., "Investigating the Determinants of Employee Performance for Sustainability: A Study on the Bangladesh Insurance Industry," *Sustainability* 15, no. 7 (24 Maret 2023): 5674, <https://doi.org/10.3390/su15075674>.

⁶⁰Saeed Awadh Bin-Nashwan dkk., "Moderating Effect of Perceived Behavioral Control on Islamic Tax (Zakah) Compliance Behavior among Businessmen in Yemen," *Journal of Social Service Research* 47, no. 2 (4 Maret 2021): 292–302, <https://doi.org/10.1080/01488376.2020.1767260>.

⁶¹Ram Al Jaffri Saad dkk., "Zakat Administration Reformation towards an Effective and Efficient Zakat Revenue Generation," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 8 (22 November 2023): 1232–60, <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2021-0151>.

⁶²Sarminah Samad dkk., "Islamic religiosity and ethical intentions of Islamic bank managers: rethinking theory of planned behaviour," *Journal of Islamic Marketing*, no. Query date: 2022-11-22 18:22:58 (2021), <https://doi.org/10.1108/jima-02-2020-0042>.

memotivasi kerjasama klien,⁶³ menemukan bahwa intensi masyarakat Muslim untuk menggunakan layanan perbankan syariah merupakan salah satu jenis komitmen terhadap ajaran Islam. Menurut Aslam dkk.,⁶⁴ agama, kolektivisme dan intensi berkelanjutan mempengaruhi kepatuhan pelanggan. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah berkorelasi positif dengan intensi menggunakan jasa keuangan Syariah.⁶⁵

Penelitian sebelumnya menemukan pengaruh positif dan signifikan antara intensi mengadopsi produk keuangan syariah dan ketaatannya.⁶⁶ Adopsi nasabah terhadap produk bank syariah sebagian besar dilatarbelakangi oleh intensi mereka untuk menggunakan produk bank. Jika bank syariah memiliki tujuan yang berkelanjutan maka akan berdampak pada kepatuhan nasabah.⁶⁷ Menggabungkan kedua model tersebut, penelitian Baber dan Billah tentang pengaruh fitur kepatuhan Syariah terhadap perilaku nasabah bank dan lembaga Islam meneliti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

⁶³Muhammad Nazmul Hoque dkk., "What Factors Influence Customer Attitudes and Mindsets towards the Use of Services and Products of Islamic Banks in Bangladesh?," *Sustainability* 14, no. 8 (14 April 2022): 4703, <https://doi.org/10.3390/su14084703>.

⁶⁴Ejaz Aslam, Muhammad Saleem Ashraf, dan Anam Iqbal, "Impact of Corporate Image on Customer Loyalty of Islamic Banks: The Role of Religiosity, Collectivism, Sight Cues and CSR," *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 5 (4 April 2023): 1310–24, <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0314>.

⁶⁵Naimatullah Shah dkk., "Intention to Adopt Islamic Finance through the Mediation of Attitudes towards Islamic Finance," *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 6 (15 Agustus 2023): 931–51, <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2022-0205>.

⁶⁶Ibrahim Fatwa Wijaya dkk., "Religiosity and Depositor Funds: Evidence from Islamic Banks in Indonesia," *Journal of Financial Services Marketing*, 16 Februari 2023, <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00214-y>.

⁶⁷Aslam, Ashraf, dan Iqbal, "Impact of Corporate Image on Customer Loyalty of Islamic Banks."

bagaimana kepatuhan Syariah memengaruhi kecenderungan berkelanjutan konsumen untuk menggunakan layanan bank.⁶⁸

Hasil penelitian Andespa menemukan bahwa determinan perilaku kepatuhan syariah di bank syariah adalah sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, literasi keuangan syariah, religiusitas, kesesuaian konsumen, branding Islami, dan intensi berperilaku.⁶⁹ Abid dan Jie menunjukkan bahwa persepsi nasabah mengenai bank mempengaruhi kecenderungan nasabah untuk menggunakan produk keuangan syariah. Oleh karena itu, terlihat jelas bahwa konsumen mematuhi standar prinsip bank syariah karena dipengaruhi oleh sikap dan tujuan perilaku nasabah.⁷⁰ Shahbaz dkk. menegaskan bahwa sikap pelanggan akan membentuk branding Islami, meningkatkan intensi menggunakan produk Islami dan mengakibatkan kepatuhan pelanggan untuk menggunakan produk Islami.⁷¹

Farhat dkk. menemukan bahwa norma subjektif berdampak signifikan terhadap penerimaan pelanggan, yang mengindikasikan perilaku

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

⁶⁸Hasnan Baber dan N M Baki Billah, "Fintech and Islamic Banks - an integrative model approach to predict the intentions," *Review of Applied Socio-Economic Research* 24, no. 2 (5 Desember 2022), <https://doi.org/10.54609/reaser.v24i2.215>.

⁶⁹Roni Andespa dkk., "A Systematic Review of Customer Shariah Compliance Behaviour in Islamic Banks: Determinants and Behavioural Intention," *Journal of Islamic Marketing*, 19 Desember 2023, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>.

⁷⁰Ali Abid dan Shang Jie, "Understanding farmers' decision-making to use Islamic finance through the lens of theory of planned behavior," *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 4 (1 Januari 2022): 1084–1106, <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0324>.

⁷¹Muhammad Saeed Shahbaz dkk., "Marketing Advantages and Sustainable Competitiveness through Branding for the Supply Chain of Islamic Country," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 7 (23 Mei 2022): 1479–91, <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0094>.

kepatuhan syariah.⁷² Dalam penelitiannya, Yusfiarto dkk. menunjukkan bahwa norma subjektif memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku kepatuhan syariah nasabah.⁷³ Keinginan nasabah agar rekan-rekannya mendesaknya untuk menggunakan produk bank syariah menunjukkan ketaatannya terhadap tuntunan Islam. Sadallah dkk. menemukan pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif dan intensi berperilaku, yang sangat mempengaruhi perilaku kepatuhan syariah di kalangan nasabah.⁷⁴ Kasri dkk. menemukan bahwa norma pribadi dan branding perusahaan memengaruhi kecenderungan pelanggan Muslim untuk membeli barang halal dan perilaku mereka.⁷⁵ Oleh karena itu, pengaruh norma subjektif terhadap perilaku kepatuhan syariah nasabah bank dimediasi oleh branding Islami dan tujuan berkelanjutan (behavioral intensi).

Maduku dan Mbeya menemukan bahwa persepsi kontrol perilaku mempengaruhi perilaku kepatuhan syariah pada produk keuangan syariah secara signifikan dan positif.⁷⁶ Panggi dkk. menemukan bahwa kontrol perilaku memiliki hubungan positif yang substansial dengan keinginan

⁷²Kashif Farhat, Wajeeha Aslam, dan Bin Mohd. Mokhtar Sany Sanuri, "Predicting the Intention of Generation M to Choose Family Takaful and the Role of Halal Certification," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 3 (10 September 2019): 724–42, <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2017-0143>.

⁷³Yusfiarto dkk., "Examining Islamic Capital Market Adoption from a Socio-Psychological Perspective and Islamic Financial Literacy."

⁷⁴Sadallah dkk., "Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective."

⁷⁵Rahmatina Awaliah Kasri dkk., "Intention to Consume Halal Pharmaceutical Products: Evidence from Indonesia," *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 3 (10 Februari 2023): 735–56, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192>.

⁷⁶Daniel K. Maduku dan Steven Mbeya, "Understanding Family Takaful Purchase Behaviour: The Roles of Religious Obligation and Gender," *Journal of Financial Services Marketing*, 4 Maret 2023, <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00213-z>.

generasi milenial terhadap produk Tawarruq di Sandakan, Sabah, yang menunjukkan bahwa generasi milenial menaati syariat agama.⁷⁷ Menurut temuan Gilal dkk., pola konsumsi umat Islam dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kontrol perilaku.⁷⁸ Menurut Sadallah dkk., kontrol perilaku dan intensi berpengaruh besar dan positif terhadap perilaku kepatuhan pelanggan.⁷⁹ Menurut Kasri dkk., intensi dan komitmen umat Islam terhadap produk Islami dipengaruhi oleh variabel TPB dan teknik branding Islami yang berkesan dan menarik bagi konsumen Muslim.⁸⁰ Pendapat nasabah mengenai mudah atau sulitnya menggunakan produk keuangan syariah akan mendorong intensi nasabah untuk terus menggunakan produk bank syariah, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepatuhan nasabah untuk terus menggunakan produk bank. Menariknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kesesuaian konsumen, branding Islami, dan intensi berkelanjutan adalah beberapa aspek penentu yang berdampak pada kepatuhan Syariah yang jarang diteliti oleh akademisi sebelumnya.⁸¹

⁷⁷Faizah Panggi, Hanudin Amin, dan Imran Mehboob Shaikh, “Determinants of Millennials’ Acceptance towards Tawarruq Home Financing in Sandakan, Sabah, Malaysia,” *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 7 Desember 2022, <https://doi.org/10.1108/IJHMA-05-2022-0067>.

⁷⁸Faheem Gul Gilal dkk., “Exploring Determinants of Consumer Purchase Intention of Halal Labelled Food: Marketing from the Islamic Perspective,” *International Journal of Technology, Policy and Management* 22, no. 4 (2022): 271, <https://doi.org/10.1504/IJTPM.2022.126136>.

⁷⁹Sadallah dkk., “Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective.”

⁸⁰Kasri dkk., “Intention to Consume Halal Pharmaceutical Products.”

⁸¹Roni Andespa dkk., “A Systematic Review of Customer Shariah Compliance Behaviour in Islamic Banks: Determinants and Behavioural Intention,” *Journal of Islamic Marketing*, 19 Desember 2023, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>.

Masyarakat pada umumnya tertarik untuk melakukan perilaku yang sesuai dengan keyakinan agamanya. Penelitian sebelumnya telah mengkonfirmasi hubungan antara kewajiban beragama dan intensi. Newaz dkk. menemukan bahwa religiusitas umat Islam secara signifikan mempengaruhi intensi mereka untuk membeli produk keuangan Islam.⁸² Demikian pula Ghazali dkk.,⁸³ Han,⁸⁴ Janah dkk.,⁸⁵ dan Yi dan Zhongkai menemukan bahwa kewajiban beragama berpengaruh signifikan terhadap intensi mengadopsi.⁸⁶ Dalam konteks asuransi Islam, kewajiban keagamaan merupakan prediktor kuat adopsi takaful keluarga.⁸⁷ Maka, kewajiban beragama berhubungan positif dengan intensi konsumen Muslim untuk membeli takaful keluarga.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa kewajiban beragama tidak hanya memengaruhi sikap, aktivitas, dan pilihan pembelian individu, namun juga pola konsumsi mereka.⁸⁸ Dalam konteks Islam, kewajiban agama lebih dominan karena secara langsung atau tidak

⁸²Farhana Tahmida Newaz, Kim-Shyan Fam, dan Revti Raman Sharma, "Muslim Religiosity and Purchase Intention of Different Categories of Islamic Financial Products," *Journal of Financial Services Marketing* 21, no. 2 (Juni 2016): 141–52, <https://doi.org/10.1057/fsm.2016.7>.

⁸³Ezlika M. Ghazali dkk., "Restaurant Choice and Religious Obligation in the Absence of Halal Logo: A Serial Mediation Model," *International Journal of Hospitality Management* 101 (Februari 2022): 103109, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103109>.

⁸⁴Zhonghua Han, "Adoption of Islamic Banking Services: Evidence from Western China," *International Journal of China Studies* 10, no. 1 (2019): 107–24.

⁸⁵Janah, Medias, dan Pratiwi, "The Intention of Religious Leaders to Use Islamic Banking Services."

⁸⁶Yi* dan Zhongkai, "Examining Factors Influencing Customer Intention to Use Islamic Home Financing."

⁸⁷Imran Mehboob Shaikh dkk., "Predicting Customers' Adoption towards Family Takaful Scheme in Pakistan Using Diffusion Theory of Innovation," *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (11 Desember 2019): 1761–76, <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0037>.

⁸⁸Shahab Aziz dkk., "Factors That Influence Individuals' Intentions to Purchase Family Takaful Mediating Role of Perceived Trust," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 31, no. 1 (14 Januari 2019): 81–104, <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2017-0311>.

langsung mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi produk halal (atau dapat diterima).⁸⁹ Penelitian yang ada menunjukkan bahwa konsumen Muslim merasakan kepuasan batin dalam memenuhi kewajiban agama mereka dalam pembelian dan konsumsi barang dan/atau jasa.⁹⁰ Selanjutnya, Ali dkk. menyimpulkan bahwa memenuhi atau memenuhi kewajiban agama merupakan suatu keharusan bagi konsumen muslim.⁹¹ Maka, perilaku pembelian konsumen Muslim kemungkinan besar didorong oleh kewajiban agama mereka, sehingga kewajiban beragama berhubungan positif dengan perilaku konsumen Muslim.

Berdasarkan kajian beberapa penelitian terdahulu, diketahui bahwa belum ada studi yang mengkaji *shariah compliance* sebagai variabel moderasi. Dalam lapangan, fenomena *shariah compliance* memainkan peran moderasi yang signifikan dalam mempengaruhi hubungan antara intensi nasabah dan perilaku nasabah. Hal ini terjadi karena kesadaran akan prinsip-prinsip syariah memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan keuangan. Nasabah yang memiliki intensi untuk menggunakan produk syariah cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor syariah dalam pengambilan keputusan finansial mereka. Dengan demikian, tingkat kepatuhan syariah dalam penyediaan layanan oleh

⁸⁹Mehkar Sherwani dkk., “Determinants of Muslim Consumers’ Halal Meat Consumption: Applying and Extending the *Theory of Planned Behavior*,” *Journal of Food Products Marketing* 24, no. 8 (17 November 2018): 960–81, <https://doi.org/10.1080/10454446.2018.1450173>.

⁹⁰Munazza Saeed, Fadila Grine, dan Imran Shafique, “Integrating Factors Influencing Hijab Purchase Intention among Muslim Women,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 1 (9 Januari 2021): 95–112, <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0194>.

⁹¹Afzaal Ali dkk., “Investigating the Antecedents of Halal Brand Product Purchase Intention: An Empirical Investigation,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (2 September 2021): 1339–62, <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0063>.

lembaga keuangan syariah menjadi faktor yang memoderasi pengaruh intensi nasabah terhadap perilaku pembiayaan KUR Syariah, sesuai dengan kebijakan dan prinsip syariah yang diterapkan oleh lembaga keuangan tersebut.

Sebagai contoh, nasabah yang memiliki intensi untuk memperoleh pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas didorong oleh nilai-nilai keagamaan dan prinsip-prinsip syariah yang melarang riba dan transaksi yang tidak sesuai syariah. Ketika nasabah mengetahui bahwa Pegadaian UPC Natal Barumun menawarkan produk KUR yang sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah, seperti tanpa bunga dan transparan, kepatuhan syariah tersebut dapat memperkuat intensi positif nasabah terhadap perilaku dalam mengajukan pembiayaan. Nasabah yang memiliki kesadaran akan pentingnya kepatuhan syariah kemungkinan besar akan lebih condong untuk memilih layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mereka anut, dibandingkan dengan layanan yang tidak memenuhi kriteria tersebut.

Dengan demikian, peneliti memasukkan *shariah compliance* yang merupakan elemen penting dalam skema pembiayaan KUR Syariah, karena dalam KUR konvensional, tingkat suku bunga merupakan bagian integral dari perbankan konvensional. Menurut prinsip Islam, Riba (bunga) dilarang dalam Islam, sehingga terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertujuan untuk memastikan bahwa semua kegiatan dan

produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang ditetapkan. Ini mencakup pengawasan agar selaras dengan hukum Islam, serta memastikan bahwa risiko riba dan praktik-praktik yang diharamkan lainnya dihindari dengan ketat. DPS juga bertanggung jawab untuk memberikan nasihat dan panduan kepada manajemen lembaga keuangan syariah agar tetap mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam semua aspek operasional mereka.⁹² Maka, *shariah compliance* merupakan elemen penting bagi nasabah dalam memilih pembiayaan KUR Syariah.

Oleh karena itu, *shariah compliance* diyakini memiliki pengaruh yang signifikan sebagai moderator terhadap pembiayaan KUR Syariah, dan nasabah harus memiliki intensi yang lebih besar untuk melakukan pembiayaan KUR Syariah. *Shariah compliance* menjadi *novelty* penelitian ini, dengan dijadikan variabel moderasi antara intensi dan perilaku nasabah. Oleh karena itu, *shariah compliance* yang diimplementasikan oleh Pegadaian UPC Natal Barumun menjadi faktor penting dalam memoderasi pengaruh antara intensi nasabah dan perilaku pembiayaan KUR Syariah.

⁹²Rendy Syaid Abdullah dan Wanda Khairun Nasirin, "Types Of Linkages Between Islamic Bank Financing, Interest Rate And Economic Growth Factors: Evidence From Aceh Province With Granger Causality Test," *Al-Bay': Journal of Shariah Economic and Business* 1, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.24952/bay.v1i2.6001>.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Publikasi Penelitian	Judul Penelitian	Pendekatan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Osman, dkk./ Journal of Islamic Marketing (2024)	<i>The dilemma of millennial Muslims towards financial management: an Islamic financial literacy perspective</i>	<i>Structural equation modelling</i>	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan IFK terhadap financial sikap (FA), FS pada unsur FA, norma subyektif (SN), persepsi kontrol perilaku (PBC) dan persepsi kewajiban moral (PMO), SE terhadap FA, FS terhadap unsur FA, SN dan PBC. Selain itu, PBC dan PMO merupakan prediktor kuat FMBI dari sudut pandang Islam. ⁹³
2	Ashfahany, dkk./ Banks and Bank Systems (2023)	<i>Why non-Muslims choose Islamic banking. Extended theory of planned behavior: a moderating factor of Islamic bank knowledge</i>	<i>The partial least square structural equation modelling technique</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi, norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi. Pengetahuan bank syariah memediasi pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi. Pengetahuan memperkuat pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi. Tetapi, pengetahuan tidak memoderasi pengaruh

⁹³Osman dkk., "The Dilemma of Millennial Muslims towards Financial Management."

				sikap dan norma subjektif terhadap intensi. ⁹⁴
3	Al Umar & Setyono, IQTISHODUN A: Jurnal Ekonomi Islam (2023)	<i>Hijrah Intention and Customer Decisions to Use Islamic Banks: Development of Theory of Planned Behavior</i>	<i>Structural equation modelling</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi, norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi, persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi, dan Islamic Branding berpengaruh positif terhadap intensi. Intensi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, dan Islamic Branding berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Pengetahuan bank syariah memediasi pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi. Pengetahuan memperkuat pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi. Tetapi, pengetahuan tidak memoderasi pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap intensi. ⁹⁵
4	Saygılı, dkk./ International Journal of Islamic and	<i>Determining intention to choose Islamic</i>	<i>An explanatory research design, the</i>	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model ASE merupakan

⁹⁴Afief El Ashfahany, Dinda Ayu Siti Mutmainah, dan Isman, "Why Non-Muslims Choose Islamic Banking. Extended Theory of Planned Behavior: A Moderating Factor of Islamic Bank Knowledge," *Banks and Bank Systems* 18, no. 3 (15 Agustus 2023): 112–25, [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(3\).2023.10](https://doi.org/10.21511/bbs.18(3).2023.10).

⁹⁵Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Joko Setyono, "Hijrah Intention and Customer Decisions to Use Islamic Banks: Development of Theory of Planned Behavior," *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (22 Mei 2023), <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.2243>.

	Middle Eastern Finance and Management (2023)	<i>financial products using the attitude–social influence–self-efficacy (ASE) model: the case of Turkey</i>	<i>ASE model, the structural equation modeling method as a multivariate and sophisticated type of analysis</i>	alat yang digunakan dalam menjelaskan intensi konsumen menggunakan produk keuangan syariah. Dalam penelitian ini, “sikap”, “pengaruh sosial”, dan “kemandirian diri” dieksplorasi sebagai variabel yang mempengaruhi penggunaan produk keuangan Islam berdasarkan model ASE. Berdasarkan hasil, ketiga variabel mempunyai pengaruh signifikan secara statistik terhadap intensi konsumen menggunakan produk keuangan syariah. Selain itu, ditemukan bahwa variabel “sikap” lebih mempengaruhi intensi menggunakan produk keuangan syariah dibandingkan dua variabel lainnya. ⁹⁶
5	Andespa, dkk./ Journal of Islamic Marketing (2023)	<i>A systematic review of customer Shariah compliance behaviour in Islamic banks: determinants and behavioural intention</i>	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	Hasil penelitian menemukan bahwa determinan perilaku kepatuhan syariah nasabah di bank syariah adalah sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, literasi keuangan syariah, religiusitas, kesesuaian konsumen, branding Islami, dan intensi berperilaku.

⁹⁶Saygılı dkk., “Determining Intention to Choose Islamic Financial Products Using the Attitude–Social Influence–Self-Efficacy (ASE) Model.”

				Artinya variabel tersebut mempengaruhi perilaku kepatuhan nasabah syariah pada bank syariah. Menariknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kesesuaian konsumen, branding Islami, dan intensi berkelanjutan adalah beberapa aspek penentu yang berdampak pada kepatuhan Syariah yang jarang diteliti oleh akademisi sebelumnya. ⁹⁷
6	Haron & Mohamed Barre/Qualitative Research in Financial Markets (2023)	<i>Application of tawarruq in Islamic banking institutions in Somalia</i>	<i>Using descriptive and survey analyses by employing SPSS 23. Smart-PLS-4 SEM</i>	Studi ini memberikan bukti bahwa nasabah bank syariah di Somalia menantikan bank syariah yang menawarkan tawarruq di negara tersebut. Responden menilai tawarruq merupakan produk yang sangat menarik dibandingkan produk bank syariah lain yang ada di Tanah Air. Kebutuhan akan tawarruq, kesesuaian dan keunggulan relatif mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan produk tawarruq untuk tujuan pembiayaan tunai, sedangkan kesadaran

⁹⁷Roni Andespa dkk., "A Systematic Review of Customer Shariah Compliance Behaviour in Islamic Banks: Determinants and Behavioural Intention," *Journal of Islamic Marketing*, 19 Desember 2023, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>.

				pelanggan, sikap perilaku dan peran ulama syariah mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. ⁹⁸
7	Hazmi & Kassim/ Journal of Islamic Monetary Economics and Finance (2023)	<i>Perception and intention to participate in microtakaful scheme among Indonesians: an application of Ajzen's theory of planned behavior</i>	<i>Structural equations modelling (SEM)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat intensi yang tinggi untuk berpartisipasi dalam mikrotakaful di kalangan responden, dan norma subjektif, harga, dan pengetahuan mempunyai pengaruh positif terhadap intensi untuk berpartisipasi dalam produk mikrotakaful. Sedangkan kecocokan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap sikap terhadap mikrotakaful, dan keyakinan normatif memberikan pengaruh positif terhadap norma subjektif. Secara umum, terdapat intensi positif responden terhadap mikrotakaful; Namun, pengetahuan dan harga merupakan faktor penting yang menghambat perkembangan industri mikrotakaful di Indonesia. ⁹⁹
8	Yusfiarto, dkk./ Journal of Islamic Accounting and	<i>Examining Islamic capital market</i>	<i>Partial least squares structural equation</i>	Secara keseluruhan, dimensi sikap dan persepsi kontrol perilaku mempunyai pengaruh

⁹⁸Razali Haron dan Galad Mohamed Barre, "Application of *Tawarruq* in Islamic Banking Institutions in Somalia," *Qualitative Research in Financial Markets* 15, no. 5 (2 November 2023): 888–906, <https://doi.org/10.1108/QRFM-02-2022-0028>.

⁹⁹Rapi dan Kassim, "PERCEPTION AND INTENTION TO PARTICIPATE IN MICROTAKAFUL SCHEME AMONG INDONESIANS."

	Business Research (2023)	<i>adoption from a socio-psychological perspective and Islamic financial literacy</i>	<i>modeling technique</i>	positif yang signifikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap intensi berinvestasi di pasar modal syariah. Selain itu, temuan ini merekomendasikan konstruksi PBR sebagai prediktor penting intensi investasi di pasar modal syariah. ¹⁰⁰
9	Sadallah, dkk./ Journal of Islamic Accounting and Business Research (2023)	<i>Alms tax (ZAKAT) compliance intention among entrepreneurs from a social cognitive perspective: the moderating role of knowledge</i>	<i>Structural equation modelling (Smart PLS)</i>	Hasilnya menunjukkan bahwa semua hubungan langsung TPB yang dihipotesiskan didukung. Khususnya, interaksi yang dimoderasi oleh pengetahuan mengenai pengaruh ketidakstabilan politik terhadap intensi kepatuhan zakat pengusaha adalah signifikan, sedangkan interaksinya dengan kualitas layanan dan kepercayaan tidak signifikan. ¹⁰¹
10	Maduku dan Mbeya/ Journal of Financial Services Marketing (2023)	<i>Understanding family takaful purchase behaviour: the roles of religious obligation and gender</i>	<i>structural equation modelling with the aid of Amos 28</i>	Temuan menunjukkan bahwa intensi konsumen Muslim untuk membeli takaful keluarga dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif, dan perilaku pembelian dipengaruhi oleh intensi dan persepsi kontrol perilaku. Meskipun

¹⁰⁰Yusfiarto dkk., "Examining Islamic Capital Market Adoption from a Socio-Psychological Perspective and Islamic Financial Literacy."

¹⁰¹Sadallah dkk., "Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective."

				kewajiban beragama mempengaruhi sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, pengaruhnya terhadap intensi membeli takaful keluarga dan perilaku pembelian tidak didukung. ¹⁰²
11	Abid & Jie/ Journal of Islamic Marketing (2022)	<i>Understanding farmers' decision-making to use Islamic finance through the lens of theory of planned behavior</i>	<i>Qualitative analysis was conducted of seven respondents through semi-structured interviews to deepen into knowledge about Islamic banking</i>	Temuan ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, religiusitas dan kepemimpinan keluarga dalam menggunakan perbankan syariah di kalangan petani berpengaruh positif terhadap intensi perilaku petani dalam menggunakan perbankan syariah. Namun, persepsi kontrol perilaku berpengaruh negatif terhadap perilaku petani dalam menggunakan perbankan syariah. ¹⁰³
12	Lebdaoui, dkk./ Journal of Financial Services Marketing (2022)	<i>Propensity towards Islamic banking among non-users: a mixed-methods analysis</i>	<i>Exploratory sequential mixed-methods</i>	Temuan penelitian kualitatif awal kemudian digunakan dalam studi kuantitatif yang terdiri dari kuesioner online yang diisi sendiri oleh 763 nasabah bank konvensional Maroko. Temuan kami menunjukkan bahwa pengetahuan, periklanan, norma subjektif, dan persepsi kompleksitas

¹⁰²Maduku dan Mbeya, "Understanding Family Takaful Purchase Behaviour."

¹⁰³Abid dan Jie, "Understanding farmers' decision-making to use Islamic finance through the lens of theory of planned behavior."

				merupakan faktor penentu utama sikap non-pengguna terhadap IB. Kami juga mengkonfirmasi persepsi kepatuhan syariah dan religiusitas Islam sebagai moderator dalam hubungan antara sikap dan intensi berperilaku untuk mengadopsi IB, misalnya. Sikap terhadap IB lebih cenderung berubah menjadi intensi membeli bagi individu dengan tingkat religiusitas Islam yang lebih tinggi. ¹⁰⁴
13	Panggih, dkk./International Journal of Housing Markets and Analysis (2022)	<i>Determinants of millennials' acceptance towards tawarruq home financing in Sandakan, Sabah, Malaysia</i>	<i>Multiple regression analysis using the software, Statistical Package for Social Sciences</i>	Penelitian ini menemukan bahwa sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, religiusitas dan pengetahuan dalam muamalat mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial memilih pembiayaan rumah tawarruq di Sandakan, Sabah. ¹⁰⁵
14	Mindra, dkk./Journal of Islamic Accounting and Business Research (2022)	<i>Attitude and Islamic banking adoption: moderating effects of pricing of conventional bank</i>	<i>Cross-sectional and correlational design</i>	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berhubungan signifikan dengan intensi mengadopsi perbankan syariah. Hubungan ini dimoderasi dan didorong oleh penetapan harga produk bank

¹⁰⁴Lebdaoui, Chetioui, dan Harkat, "Propensity towards Islamic Banking among Non-Users."

¹⁰⁵Panggi, Amin, dan Shaikh, "Determinants of Millennials' Acceptance towards Tawarruq Home Financing in Sandakan, Sabah, Malaysia."

		<i>products and social influence</i>		konvensional dan pengaruh sosial. Interaksi harga produk bank konvensional dengan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi mengadopsi perbankan syariah. Interaksi sikap dan pengaruh sosial signifikan namun berhubungan negatif dengan intensi mengadopsi perbankan syariah. ¹⁰⁶
15	Purwanto, dkk/ Cogent Business & Management (2021)	<i>Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation: an extension of the theory of planned behaviour</i>	<i>Variance-based partial least-squares structural equation modelling (PLS-SEM)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan sikap mempunyai pengaruh yang signifikan. Sementara itu, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku untuk mengadopsi keuangan mikro syariah. Kemudian norma subjektif sangat menentukan intensi perilaku untuk mengadopsi keuangan mikro syariah. ¹⁰⁷
16	Alzadjal dkk/ Journal of Islamic Marketing (2022)	<i>Moderating the role of religiosity on potential customer intention to</i>	<i>SEM analysis</i>	Hasil analisis SEM menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara signifikan memprediksi intensi calon

¹⁰⁶Mindra dkk., "Attitude and Islamic Banking Adoption."

¹⁰⁷Purwanto dkk., "Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation."

			<i>deal with Islamic banks in Oman</i>		nasabah untuk bertransaksi di bank syariah di Oman. Hasil dari efek moderasi menunjukkan bahwa religiusitas merupakan moderator yang buruk terhadap hubungan antara sikap dan intensi serta persepsi kontrol perilaku dan intensi, namun hasil menunjukkan bahwa religiusitas merupakan moderator parsial dari hubungan antara norma subjektif dan intensi. ¹⁰⁸
17	Effendi, dkk/ Journal of Islamic Marketing (2021)		<i>The application of the theory of reasoned action on services of Islamic rural banks in Indonesia</i>	<i>The descriptive and structural equation model</i>	Hasil penelitian menemukan bahwa variabel kepatuhan sistem syariah, promosi, pelayanan, sikap, norma subjektif dan intensi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan pada BPR syariah. Hanya variabel pengetahuan produk pada syariah yang ditemukan tidak signifikan. ¹⁰⁹
18	Farhat dkk/ Journal of Islamic Marketing (2019)		<i>Predicting the intention of generation M to choose family takaful and the role of halal certification</i>	<i>EFA, CFA and SEM</i>	Temuan analisis SEM menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif dan persepsi control perilaku mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku intensi. norma subjektif tampaknya

¹⁰⁸Alzadjal dkk., "Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman."

¹⁰⁹Effendi dkk., "The Application of the Theory of Reasoned Action on Services of Islamic Rural Banks in Indonesia."

				menjadi faktor yang paling mempengaruhi intensi perilaku untuk membeli asuransi syariah keluarga. ¹¹⁰
19	Raza, dkk./ Journal of Islamic Marketing (2019)	<i>Influential factors of Islamic insurance adoption: an extension of theory of planned behavior</i>	<i>Partial least squares structural equation modeling</i>	Hasilnya menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan prediktor kuat adopsi asuransi syariah di Pakistan. Selain itu, faktor-faktor seperti kompatibilitas, keunggulan relatif dan kesadaran mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap partisipasi takaful. Terdapat hubungan negatif namun tidak signifikan antara risiko yang dirasakan dan intensi. ¹¹¹
20	Ahmed, dkk./ Inžinerinè ekonomika (2019)	<i>Application of the theory of planned behaviour model for examining customers' intentions towards islamic hire purchase financing</i>	<i>Structural Equation Modelling – SEM</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi, norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi. Tetapi, religiusitas memoderasi dan berpengaruh negatif pada sikap terhadap intensi, religiusitas memoderasi dan berpengaruh negatif

¹¹⁰Farhat, Aslam, dan Sany Sanuri, "Predicting the Intention of Generation M to Choose Family Takaful and the Role of Halal Certification."

¹¹¹Raza dkk., "Influential Factors of Islamic Insurance Adoption."

				pada norma subjektif terhadap intensi, dan religiusitas memoderasi dan berpengaruh negatif pada persepsi kontrol perilaku terhadap intensi. Pengetahuan memoderasi dan berpengaruh negatif pada sikap terhadap intensi, pengetahuan memoderasi dan berpengaruh negatif pada norma subjektif terhadap intensi, dan pengetahuan memoderasi dan berpengaruh negatif pada persepsi kontrol perilaku terhadap intensi. ¹¹²
21	Pratiwi, dkk./ EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan) (2018)	<i>Determinan Perilaku Nasabah Pengguna Mobile Banking: Model Decomposed Theory Of Planned Behavior</i>	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap tidak berpengaruh terhadap intensi, norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi. persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah, dan intensi berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah. Serta, Persepsi kontrol perilaku berpengaruh pada perilaku nasabah melalui intensi nasabah dalam

¹¹²Rizwan Raheem Ahmed dkk., "Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers' Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing," *Inžinerinė Ekonomika* 30, no. 2 (2019): 236–45, <https://doi.org/10.5755/j01.ee.30.2.21589>.

				menggunakan mobile banking. ¹¹³
22	Gautama dan Lubis/ Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI) (2022)	Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa	Regresi Linier Berganda	Temuan penelitian bahwa ekspektasi pendapatan dan lingkungan keluarga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa prodi ekonomi syariah untuk berwirausaha. ¹¹⁴
23	Utari Evy Cahyani/ Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman (2022)	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga	Regresi logistik	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap intensi muzakki untuk membayar zakat. Tapi, kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi muzakki untuk membayar zakat di lembaga zakat. ¹¹⁵
24	Darwis Harahap & Ibrahim Siregar/ Journal of Namibian Studies: History Politics Culture (2023)	<i>Intention to save hajj at Indonesian Sharia Bank: a study based on theory of planned behavior</i>	<i>Structural Equation Modeling and Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	Hasil uji menunjukkan variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan tabungan haji. Sementara persepsi kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan variabel religiusitas sebagai moderasi tidak

¹¹³Eva Fauzia Dian Pratiwi, Imam Subekti, dan Aulia Fuad, "Determinan Perilaku Nasabah Pengguna Mobile Banking: Model Decomposed Theory Of Planned Behavior," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 19, no. 3 (6 September 2018): 378–96, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i3.131>.

¹¹⁴Budi gautama Siregar dan Aswadi Lubis, "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)* 6, no. 2 (13 November 2022): 78–91, <https://doi.org/10.33059/jensi.v6i2.6079>.

¹¹⁵Utari Evy Cahyani, Itsla Yunisva Aviva, dan Aisa Manilet, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga," *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 5, no. 1 (6 Juni 2019): 39–58, <https://doi.org/10.24952/tazkir.v5i1.1331>.

				berpengaruh terhadap variabel sikap, norma-norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. ¹¹⁶
--	--	--	--	---

Berdasarkan studi pada penelitian terdahulu maka terdapat beberapa aspek yang menjadi dasar perbedaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan masalah perilaku pembiayaan dengan kajian pada beberapa produk keuangan, maka problema akademik yang dibangun dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan penelitian mengenai intensi terhadap perilaku keuangan khususnya perencanaan pembiayaan.

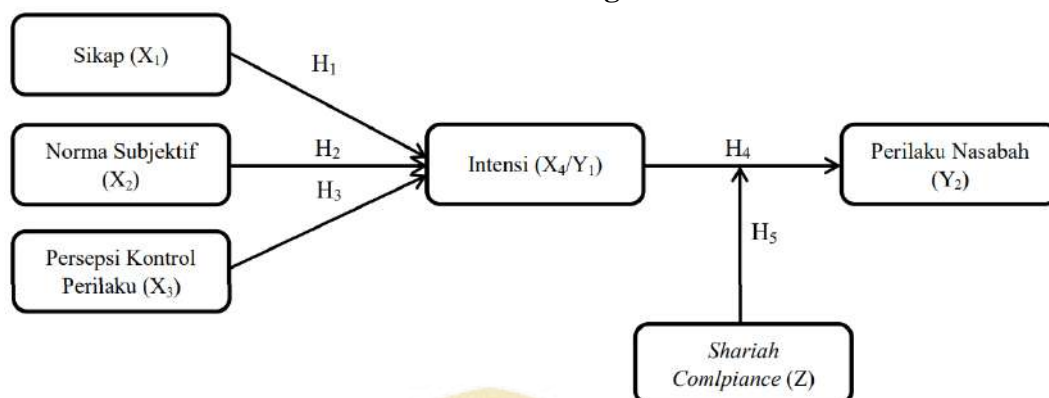
Rancang bangun penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan sosial berupa *Theory of Planned Behaviour* menjadi *grand theory* dalam penelitian. Walaupun terdapat persamaan dengan beberapa penelitian terdahulu. Namun, dalam hal ini penggunaan *Theory of Planned Behaviour* untuk menerangkan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif dari serangkaian masalah yang ditetapkan yang digunakan untuk memudahkan penelitian. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹¹⁶Darwis Harahap dan Ibrahim Siregar, "Intention to save hajj at Indonesian Sharia Bank: a study based on theory of planned behavior," *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture* 33 (2023): 1549–59.

Gambar II.3 Kerangka Pikir



Pada gambar kerangka pikir penelitian ini memiliki dua variasi model persamaan struktural penelitian. Pertama, variasi model intensi nasabah yang dijelaskan oleh tiga variabel, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Kedua, variasi model perilaku nasabah yang dijelaskan oleh intensi nasabah, dengan moderasi *shariah compliance* pada produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, dan pernyataan awal yang perlu diuji apakah benar atau tidak. Menurut metode ilmiah, setiap penelitian harus didasarkan pada hipotesis yang berfungsi sebagai panduan atau jawaban sementara yang masih perlu dibuktikan validitasnya. Berikut hipotesis penelitian ini:

H₁: Terdapat pengaruh antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

- H₂: Terdapat pengaruh antara norma subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas
- H₃: Terdapat pengaruh antara persepsi kontrol perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas
- H₄: Terdapat pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas
- H₅: *Shariah compliance* memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pegadaian UPS (Unit Pelayanan Syariah) Sibuhuan, yang berlokasi di Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara. Sibuhuan adalah kota yang terletak di wilayah Kabupaten Padang Lawas. Pegadaian UPC Natal Barumon menjadi fokus lokasi penelitian karena relevansinya dengan topik yang diteliti mengenai kepatuhan syariah dalam operasional lembaga keuangan syariah.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan September tahun 2023 hingga Juni 2024. Rentang waktu tersebut dipilih untuk memberikan cukup waktu bagi peneliti untuk mengumpulkan data secara menyeluruh dan mendalam terkait dengan tujuan dan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Dengan waktu yang cukup panjang, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang akurat dan bermanfaat dalam konteks yang diteliti.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang dipakai untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan antar variabel, dan

ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman, atau mendeskripsikan banyak hal.¹ Sedangkan penelitian deskriptif termasuk salah satu jenis penelitian kuantitatif, penelitian ini dimaksudkan untuk mengangkat sebuah fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi saat sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan menyajikannya apa adanya.² Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif ialah penelitian yang menggunakan pengukuran dengan angka dan dianalisis dengan menggunakan alat WarpPLS 7.0.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian merujuk pada keseluruhan objek atau subjek yang menjadi fokus generalisasi penelitian, yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumon, yang berlokasi di Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara. Jumlah nasabah dalam populasi ini mencapai 4700 nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumon.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari total jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang ada. Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael sebagai berikut:

¹ M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 25.

²M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*, hlm. 26.

$$n = \frac{\lambda^2 NP (1-P)}{d^2(N-1) + \lambda^2 P(1-P)}$$

Keterangan:

λ^2 = Chi Kuadrat yang harganya tergantung harga kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kebebasan 5% harga Chi Kuadrat = 3,841. Nilai Chi Kuadrat untuk kesalahan 1% = 6,634 dan 10% = 2,706.

N = Jumlah Populasi

P = Peluang Benar (0,5)

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan bisa 0,01; 0,05, dan 0,10.

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan adalah 5%. Perhitungan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{3.841 \times 4700 \times 0.5 (1-0.5)}{(0.05)^2 \times (4700-1) + 3.841 \times 0.5 (1-0.5)}$$

$$n = \frac{4513.18}{11.75 + 0.96}$$

$$n = \frac{806.61}{12.71}$$

$n = 355,08$ atau 356

Berdasarkan perhitungan rumus Isaac dan Michael, maka sampel dalam penelitian ini menjadi 356 responden. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik dalam penelitian di mana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik yang dianggap penting untuk memahami fenomena yang diteliti. Artinya,

peneliti secara sengaja memilih responden atau unit sampel yang dianggap dapat memberikan informasi yang relevan dan bermakna terkait dengan tujuan penelitian mereka. Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih mencerminkan variasi atau kekhasan dari populasi yang diteliti.

Berdasarkan hal tersebut maka karakteristik responden penelitian ini adalah:

- a. Responden telah atau menggunakan produk KUR Syariah.
- b. Responden merupakan nasabah di Pegadaian UPC Natal Barumon, Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara.
- c. Karakteristik demografi responden berfokus pada pekerjaan responden, dengan proporsi yang bekerja di UMKM lebih banyak di Kabupaten Padang Lawas.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang digunakan untuk dipilih dan digunakan oleh penelitian dalam memperoleh informasi dari objek penelitian, sehingga kegiatan menjadi sistematis dan mudah.³ Instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah dengan memperoleh keterangan mengenai sikap responden terhadap suatu keadaan, hal ini dilakukan sebagai salah satu cara peneliti untuk

³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 134.

melakukan pengumpulan data sebelum penelitian ini dilakukan. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data terkait dengan variabel yang diteliti. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun.

2. Angket

Angket/kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket dapat bersifat terbuka jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan oleh peneliti. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Skala pengukurannya adalah skala likert, sebagai skala pengukuran sikap yang dibuat dalam bentuk checklist. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut tabel skala likert pada penelitian ini:

Tabel III.1 Skala Likert

Skala Likert	Nilai Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Adapun kisi-kisi angket variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Angket
1	Sikap (X_1)	1. <i>Behavioral beliefs</i> 2. <i>Outcome evaluations</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
2	Norma Subjektif (X_2)	1. <i>Normative beliefs</i> 2. <i>Motivation to comply</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6
3	Persepsi Kontrol Perilaku (X_3)	1. <i>Control beliefs strength and power</i> 2. <i>Perceived facilitation</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6
4	Intensi (X_4/Y_1)	1. Kemungkinan 2. Rencana 3. Komitmen	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
5	Perilaku Nasabah (Y_2)	1. Pilihan 2. Pertimbangan 3. Dorongan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
6	<i>Shariah Compliance</i> (Z)	1. Selaras pada prinsip serta hukum Islam. 2. Tidak terdapat bunga yang diambil maupun yang diberi kepada pembiayaan. 3. Adanya produk pembiayaan bagi hasil.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan multivariat yang menggunakan lebih dari dua variabel untuk menganalisis statistik penelitian. Analisis multivariat PLS termasuk analisis statistik untuk penelitian yang menggunakan lebih dari dua variabel. PLS adalah metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketidak terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data hilang (*missing value*) dan multikolinieritas.⁴ Penggunaan

⁴ Hamid dan Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian* (Jakarta: PT. Inkubator Penulis Indonesia, 2019). hlm. 35

WarpPLS 7.0 dalam penelitian ini digunakan untuk menguji dan mengukur hubungan antara variabel laten endogen dan eksogen.

1. Analisis Model Luar (*Outer Models*)

Model yang menggambarkan hubungan antara variabel laten (konstruksi) dan indikatornya adalah Model Luar. Hubungan faktor-faktor ini dengan teori pengukuran. Berikut merupakan kriteria *outer model*:

Tabel III.3 Kriteria *Outer Model*

Evaluasi	Kriteria
1. <i>Convergent Validity Loading Factor</i>	<i>Outer Loading</i> $\geq 0,7$
2. AVE (<i>Average Varians Extracted</i>)	$\geq 0,5$
3. <i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i> $\geq 0,70$ AVE > Konstruk
4. Uji Reliabilitas	Cronbachs alpha $\geq 0,6$ Composite Reliability $\geq 0,7$

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) *Convergent Validity*, berhubungan dengan prinsip bahwa indikator-indikator dari sebuah variabel seharusnya berkorelasi tinggi.⁵ Nilai *Convergent* dilihat dari nilai loading, nilai tersebut dianggap cukup antara 0,5 sampai 0,7 untuk jumlah variabel laten antara 3 sampai 7.⁶

⁵ Imam Ghozali, *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, 4th edn (Semarang: Badan Penelitian Universitas Deponogoro, 2014), hlm. 45.

⁶ Imam Ghozali, hlm. 45.

- 2) *Average Variance Extracted (AVE)*, nilai AVE digunakan untuk mengetahui nilai validitas suatu konstruk. Suatu variabel dikatakan valid apabila nilai $AVE \geq 0,50$.⁷
- 3) *Discriminant Validity* adalah untuk melihat apakah suatu konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Dalam melihat *discriminant validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai *cross loading*.
- 4) Uji Reliabilitas dengan *Composite Reliability* digunakan untuk menguji reliabilitas suatu variabel. *Rule of thumb* nilai alpha atau *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun 0,6 masih dapat diterima.⁸

2. Analisis Antar Variabel (*Inner Models*)

Inner model (inner relation. Struktural model, dan substantive theory) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substansif.⁹ Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk prediktive relevance, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substansif.¹⁰

⁷ Imam Ghozali, hlm. 45.

⁸ Imam Ghozali, hlm. 45.

⁹ S Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, *Structural Equation Modeling – Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkm) Di Jawa Timur*, 2017, hlm. 258.

¹⁰ Ghazali, hlm. 42.

Tabel III.4 Kriteria *Inner Model*

Evaluasi	Kriteria
1. <i>Coefficient Of Determination</i> (R^2)	Baik (0,67), Moderat (0,33), Lemah (0,19),
2. <i>Effect Size</i> (f^2)	Semakin besar f^2 , semakin besar pengaruhnya.
3. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	Q^2 semakin mendekati 1, maka model dapat memprediksi berdasarkan data.

Berdasarkan tabel yang telah disajikan di atas, maka dapat dijelaskan:

- 1) *Coefficient of determination* (R^2), nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67 (baik), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah).¹¹
- 2) *Effect size* (f^2), Pengujian ini untuk memprediksi pengaruh dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya dalam struktur model. Standar pengukuran yaitu 0,02 (kecil), 0,15 (menengah), dan 0,35 (besar).¹²
- 3) *Predictive Relevance* (Q^2), pengujian ini menggunakan metode blindfolding untuk membuktikan bahwa variabel tertentu yang digunakan dalam suatu model yang memiliki keterkaitan secara prediktif (*predictive relevance*) dengan variabel lainnya dengan ambang batas pengukuran di atas nol.¹³

¹¹ Ghozali, hlm. 42.

¹² Ghozali, hlm. 42.

¹³ Ghozali, hlm. 42.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilihat dari besarnya nilai t-statistik. Nilai t-test di dapat dengan metode *bootstrapping* menggunakan uji *two-tailed* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% untuk menguji hipotesis-hipotesis penelitian atau pengaruh antara variabel.¹⁴ Apabila nilai t-test >1,96 maka hipotesis dapat dikatakan diterima. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik >1,96. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika $p < 0,05$.

Tabel III.5 Kriteria Hipotesis

Evaluasi	Kriteria
<i>Signifikansi (2-tailed)</i>	t-value 1.65 (signifikansi level= 10%), 1.96 (signifikansi level= 5%), dan 2.58 (signifikansi level= 1%)

Uji hipotesis untuk outer model dengan indikator reflektif dilakukan dengan melihat nilai t-statistik outer dan dibandingkan dengan nilai t-tabel= 1,96 pada tingkat signifikansi 5%. Jika t-statistik > t-tabel maka indikator reflektif valid dan reliabel sebagai pengukur konstruk. Selanjutnya, uji hipotesis untuk inner model dilakukan dengan melihat nilai t-statistik, jika t-statistik > t-tabel maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen.

Berikut persamaan model struktural dalam penelitian ini adalah:

$$IN = b_1 SKP + b_2 NSB + b_3 PKP + e \dots\dots\dots(i)$$

¹⁴Hermailini & Sulistiyowati Ernawati, 'Penerapan DeLone and McLean Model Untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile', *IKRA-ITH Informatika*, 5.18 (2021), hlm. 61.

$$PN = b_1 IN + b_2 SC * IN + e \dots\dots\dots(ii)$$

Keterangan:

IN : Intensi

PN : Perilaku Nasabah

SKP : Sikap

NSB : Norma Subjektif

PKP : Persepsi Kontrol Perilaku

SC : *Shariah Compliance*

b : Koefisien

e : Errors



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pegadaian

1. Sejarah Pegadaian

Sejarah PT Pegadaian (Persero) dapat dikelompokkan menjadi dua era, yaitu era kolonial/penjajahan dan era kemerdekaan. Pada era kolonial, praktik bisnis gadai yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia menjadi lembaga formal ketika pemerintah Kolonial Belanda mendirikan Bank Van Leening sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Lembaga Pegadaian pertama kali berdiri pada tanggal 20 Agustus 1748 di Batavia. Pada masa pemerintahan Inggris (1811), Bank Van Leening dibubarkan, dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian dengan izin dari pemerintah setempat. Namun, metode ini berdampak buruk karena pemegang lisensi seringkali menjalankan praktik rentenir yang merugikan pemerintah Inggris.

Pada tahun 1901, pemerintah mengeluarkan peraturan bahwa usaha pegadaian merupakan monopoli pemerintah, sehingga berdirilah Pegadaian Negara pertama di Sukabumi pada tanggal 1 April 1901. Setelah perang, kantor jawatan Pegadaian kembali berpusat di Jakarta dan dikelola oleh Pemerintah Republik Indonesia. Pegadaian telah mengalami beberapa pergantian status hukum, dari Perusahaan Negara, Perusahaan

Jawatan (PERJAN), hingga menjadi Perusahaan Umum (PERUM). Akhirnya, pada tahun 2012, Pegadaian berubah menjadi PT Pegadaian (Persero) berdasarkan akta pendirian yang disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

Pendirian Pegadaian Syariah didorong oleh keinginan untuk menghentikan praktik ijon, rentenir, dan pinjaman yang tidak wajar. Selain itu, Pegadaian Syariah juga bertujuan untuk membantu masyarakat ekonomi menengah ke bawah serta mendukung program pemerintah dalam pembangunan nasional. Sejarah Pegadaian Syariah juga dipengaruhi oleh keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk melakukan transaksi gadai sesuai dengan prinsip syariah. Dukungan dari pemerintah dalam pengembangan lembaga keuangan berbasis syariah juga menjadi faktor penting.

Pegadaian Syariah, sebagai lembaga baru di Indonesia, mengadopsi konsep operasi modern yang disesuaikan dengan nilai Islam. Mulai berdiri sebagai Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) di Jakarta pada Januari 2003, Pegadaian Syariah kemudian tersebar ke berbagai kota di Indonesia¹. Pada tahun yang sama, beberapa kantor Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah. Saat ini, Pegadaian Syariah beroperasi sebagai lembaga sendiri di bawah naungan PT. Pegadaian (Persero). Harapannya, dengan pengelolaan yang terintegrasi, Pegadaian Syariah dapat meningkatkan kinerja, mempermudah operasional, dan

¹Andri Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah* (Jakarta: Kencana, 2009).

mengembangkan usahanya sehingga dapat terus berkembang setiap tahunnya.

Pegadaian menjadi lembaga penyalur KUR Syariah pertama non-bank dengan alokasi dana sebesar Rp5,9 triliun untuk KUR super mikro dari pemerintah. Diharapkan, penyaluran dana ini dapat mendukung sekitar 1 juta pelaku usaha dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui sektor UMKM. Salah satu produk pembiayaan yang banyak diminati adalah produk pembiayaan KUR Syariah.² Produk KUR Syariah, yang disalurkan melalui pegadaian merupakan sentra layanan ultra mikro dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan jumlah pembiayaan yang disalurkan melalui KUR sebesar 2 Miliar Rupiah yang dikelola oleh pegadaian. Produk ini banyak diminati karena kelengkapan syarat administrasi dokumen pengajuan yang relatif mudah diberikan kepada pemilik usaha produktif untuk pengembangan usaha dalam jangka waktu mulai 12 bulan hingga 36 bulan dengan angsuran yang tidak membebankan setiap bulannya.

Maka, produk KUR Syariah menjadi solusi yang diharapkan dapat membantu UMKM dalam memperoleh akses ke modal usaha. Pegadaian menyediakan layanan pengajuan KUR Syariah di seluruh kantor cabangnya di Indonesia dengan pinjaman hingga Rp10 juta per orang. Nasabah dapat mengajukan pembiayaan dengan menggunakan BPKB sepeda motor sebagai jaminan, dengan pembayaran angsuran yang

² Arifin, Zainal. *KUR Syariah*. (Tangerang: Aztera Publisher, 2009), hlm. 196

disesuaikan dengan tenor yang telah ditetapkan. Nasabah juga dapat memilih jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 hingga 36 bulan dengan syarat usaha berjalan minimal 6 bulan. Biaya yang dikenakan relatif terjangkau karena adanya subsidi dari pemerintah, memungkinkan akses yang lebih mudah bagi masyarakat.

2. Profil Pegadaian Syariah UPC Natal Barumun

PT Pegadaian (Persero) UPC Natal Barumun beralamat di Jl. Jend. Sudirman, Padang Lawas, Sumatera Utara. PT Pegadaian (Persero) UPC Natal Barumun merupakan salah satu cabang PT Pegadaian yang menyediakan berbagai layanan terkait produk-produk Pegadaian. Kantor ini melayani berbagai jenis transaksi, seperti gadai, kreasi, krasida, pembelian dan pembayaran tagihan, serta layanan tabungan emas dan lainnya. Selain itu, nasabah juga dapat mengajukan pinjaman dengan jaminan seperti BPKB kendaraan atau surat tanah. Proses pegadaian dijamin aman dan terpercaya. Untuk memenuhi kebutuhan finansial Anda atau mendapatkan informasi lebih lanjut, Anda dapat mengunjungi kantor PT Pegadaian terdekat, menghubungi *call center* atau *customer service*, atau mengakses langsung website PT Pegadaian secara *online*.³

Pada penelitian ini, lokasi penelitian berada di Pegadaian UPC Natal Barumun yang notabene adalah lembaga keuangan konvensional atau tidak menjalankan prinsip syariah, namun menyediakan produk KUR Syariah. Meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal

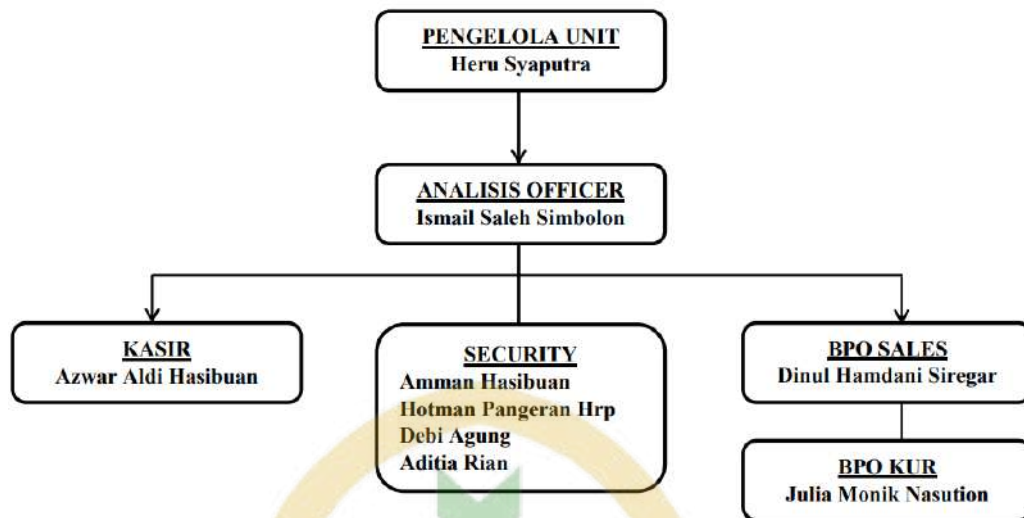
³IDalamat.com, "PT Pegadaian (Persero) UPC Natal - Padang Lawas," IDalamat.com, 2024, <https://idalamat.com/alamat/7321/pt-pegadaian-persero-upc-natal-padang-lawas>.

Barumun bukan produk utama, namun produk ini mampu menggaet 4.700 nasabah di wilayah Padang Lawas. Ini berarti penelitian akan fokus pada bagaimana suatu lembaga keuangan yang konvensional menawarkan produk keuangan syariah seperti KUR, tentu hal ini dapat dipahami bahwa faktor-faktor sosial ekonomi dapat berdampak pada operasional lembaga keuangan di wilayah Padang Lawas, yang dapat dilihat dari permintaan pasar, regulasi, dan dinamika keuangan lokal.

Sejak tahun 2021, Pegadaian Syariah di UPC Natal Barumun telah meluncurkan produk pembiayaan KUR yang menjadi salah satu produk andalannya. Produk ini dikenal sebagai sumber pendanaan utama untuk usaha ultra mikro, yang menyediakan kredit modal kerja dan kredit investasi tanpa batas hingga Rp 500 juta untuk usaha mikro, kecil, dan koperasi dengan kegiatan produktif. Dengan bantuan dari BRI, Pegadaian UPC Natal Barumun berhasil menyediakan dana modal kerja sebesar Rp. 2.000.000.000 per tahun untuk usaha mikro, kecil, dan menengah dengan prinsip pembiayaan syariah.

Pada pembiayaan KUR di Sibuhuan, sebanyak 400 nasabah telah menerima dana pembiayaan dari Pegadaian UPC Natal Barumun. Jumlah nasabah secara keseluruhan dari Desember 2019 hingga 2024 mencapai 5700 nasabah, sedangkan jumlah nasabah pembiayaan telah mencapai 4700 nasabah pada November 2023. Salah satu syarat penting untuk mendapatkan penyaluran dana KUR di Pegadaian UPC Natal Barumun adalah lokasi usaha yang berjarak maksimal 5 KM dari outlet Pegadaian.

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Pegadaian UPC Natal Barumun



Sumber: Pegadaian UPC Natal Barumun (2024)

B. Gambaran Umum KUR Syariah

1. Pengertian KUR Syariah

Pengertian dari KUR Pegadaian Syariah adalah fasilitas pinjaman kepada Rahin (nasabah) yang belum memiliki akses pinjaman ke bank (belum bankable) tetapi sudah memiliki usaha yang layak dan produktif untuk pengembangan usahanya berdasarkan dalam jangka waktu tertentu berdasarkan akad Rahn (gadai syariah). Adapun biaya pemeliharaan dari KUR Syariah Pegadaian ini disebut dengan *Mu'nah* dan tidak terdapat bunga didalamnya. Dengan adanya KUR Syariah Pegadaian itu bertujuan untuk memberi penawaran opsi bagi nasabah yang ingin mengajukan pinjaman KUR dengan sistem syariah namun belum memiliki pinjaman KUR ke bank lain.

Kredit berasal dari bahasa Italia, *credere* yang artinya kepercayaan, yaitu kepercayaan dari kreditur bahwa debiturnya akan mengembalikan

pinjaman beserta bunganya sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak. Tegasnya, kreditur percaya bahwa kredit itu tidak akan macet. Kredit secara umum adalah cara penjualan barang dengan pembayaran tidak secara tunai (pembayaran ditangguhkan atau diangsur).⁴

Program pemerintah saat ini yang sedang berlangsung dalam rangka pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dikenal dengan nama “Kredit Usaha Rakyat (KUR)”. Menurut Peraturan Menteri Keuangan, Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit/pembiayaan kepada UMKM-K (Usaha Mikro Kecil Menengah dan Koperasi) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah pembiayaan modal kerja atau investasi kepada debitur individu/perorangan maupun kelompok usaha produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup.

Rakyat atau biasa disingkat KUR merupakan program dari pemerintah yang disalurkan oleh lembaga keuangan dengan pemberian kredit atau pembiayaan modal usaha kepada perseorangan yang produktif untuk meningkatkan skala UMKM yang baik. Program Kredit Usaha Rakyat pada perusahaan lembaga bank di resmikan pada tanggal 5 November 2007. Produk ini dibuat untuk meningkatkan akses pembiayaan kepada masyarakat UMKM guna mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

⁴ Mahmud Yunus Daulay M.A dan Nadlrah Naimi S.Ag, Studi Islam II, (Medan: RATU JAYA, Cet. 1, 2012) h. 133.

2. Tujuan KUR Syariah

Tujuan KUR Syariah yaitu meningkatkan dan memperluas akses pembiayaan kepada sektor produktif, meningkatkan kapasitas daya saing usaha mikro, kecil dan menengah, dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Sumber dana KUR Syariah bersumber dari dana Lembaga Keuangan Syariah penyalur KUR Syariah.

Upaya meningkatkan akses pada sumber pembiayaan antara lain dilakukan dengan memberikan kredit bagi UMKM (Usaha Mikro Kredit Menengah) melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pada tanggal 5 November 2007, Presiden meluncurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR), dengan fasilitas penjamin kredit dari pemerintah melalui PT. Askindo dan Perum Jamkrindo.⁵

Dalam Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia selaku Ketua Komite kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat Pasal 2 , pelaksanaan KUR bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan dan memperluas penyaluran KUR kepada usaha produktif
- b. Meningkatkan kapasitas daya saing usaha mikro, kecil dan menengah
- c. Mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.

⁵ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, Sekretariat Komite Kebijakan Pembiayaan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah , Brosur KUR Syariah.

KUR Syariah dalam pembiayaan di PT.Pagadaian UPC Natal Barumon Sibuhuan memberikan batasan jangkauan lokasi pelayanan pembiayaan kurang dari 5 KM dari kantor yang diperuntukkan bagi individu (perorangan) yang melakukan usaha produktif dan layak dengan jumlah pembiayaan maksimal Rp. 10.000.000 (sepuluh puluh lima juta rupiah) per nasabah di sekitar pasar Sibuhuan. KUR Syariah menggunakan akad murabahah dengan margin yang merupakan besaran keuntungan atau imbalan bagi hasil yang ditetapkan dalam pemberian KUR Syariah.terdapat subsidi margin dari pemerintah yaitu selisih antara tingkat margin yang diterima oleh penyalur KUR Syariah dengan tingkat margin yang dibebankan kepada penerima KUR Syariah.

Layanan KUR Syariah dapat diakses di lebih dari 4.000 cabang Pegadaian yang berlokasi di seluruh Indonesia, mulai dari Sabang hingga Merauke.

3. Sasaran Program KUR Syariah

Sasaran program KUR adalah kelompok masyarakat yang telah dilatih dan ditingkatkan keberdayaan serta kemandiriannya dalam usaha yang digeluti sebelumnya contohnya pelaku UMKM yang diberikan pelatihan, pelaku usaha yang butuh tambahan modal usaha. Harapannya agar kelompok masyarakat atau pelaku UMKM tersebut mampu untuk memanfaatkan skema pendanaan yang berasal dari lembaga keuangan formal seperti Bank, Koperasi, BPR dan lain-lain. Dari sisi kelembagaan, maka sasaran KUR adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

Sektor usaha yang diperoleh untuk memperoleh KUR adalah sebagai usaha produktif di masyarakat sibuhuan.

4. Penerima KUR Syariah

Penerima KUR adalah individu/ perseorangan atau badan hukum yang melakukan usaha produktif berupa:

- a. Usaha mikro, kecil, menengah
- b. Calon tenaga kerja Indonesia yang akan bekerja di luar negeri
- c. Anggota keluarga dari karyawan/ karyawan yang berpenghasilan tetap atau bekerja sebagai tenaga kerja Indonesia
- d. Tenaga kerja Indonesia yang punya pekerjaan di luar negeri
- e. Pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja

5. Penyalur KUR Syariah

Penyalur KUR adalah bank atau lembaga keuangan bukan bank yang disetujui oleh komite kebijakan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. Persyaratan bank atau lembaga keuangan bukan bank yang dapat ditetapkan sebagai penyalur KUR adalah:

- a. Memenuhi kriteria bank dan atau lembaga keuangan bukan bank sehat dan informasi kinerja dari otoritas jasa keuangan
- b. Melakukan kerjasama dengan perusahaan penjamin dalam penyaluran KUR
- c. Memiliki online system data KUR dengan penjamin dan sistem informasi kredit program

- d. Bank atau lembaga keuangan bukan bank yang disetujui sebagai penyalur KUR oleh komite kebijakan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah ditetapkan dengan keputusan menteri 52 koordinator bidang perekonomian selaku ketua komite kebijakan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah.

6. Persyaratan KUR Syariah

- a. Fotocopy e-KTP yang sudah terdaftar atau terverifikasi
- b. Fotocopy KK (Kartu Keluarga)
- c. Fotocopy Buku Nikah bagi calon nasabah yang sudah menikah
- d. Surat keterangan domisili jika alamat tinggal berbeda dengan KTP
- e. Memiliki rumah tinggal tetap yang dibuktikan dengan PBB, SHM/SHGB
- f. Fotocopy Nomor Induk Usaha (NIB) atau Surat Keterangan Izin Usaha (IUMK), SIUP, SKU yang diperoleh dan diterbitkan oleh pejabat berwenang
- g. Fotocopy rekening listrik/PDAM/Telepon

7. Cara Pengajuan KUR Syariah

- a. Nasabah mengisi formulir pengajuan
- b. Menyerahkan dokumen persyaratan yang sudah disiapkan
- c. Petugas resmi akan melakukan survey ke tempat tinggal dan tempat usaha.
- d. Menandatangani akad kredit secara syariah
- e. Rahin (nasabah) menerima pencairan dana KUR

- f. Nasabah mengangsur tiap bulan sesuai tanggal jatuh tempo

8. Ketentuan Umum KUR Syariah

- a. Telah berusia minimal 17 tahun dan berusia maksimal 65 tahun pada saat jatuh tempo akad. Berbeda dengan KUR BRI yang batasan usia minimal 21 tahun, maksimal usia 75 tahun pada saat jatuh tempo.
- b. Memiliki usaha UMKM yang sah dan layak sesuai dengan syariah Islam dan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- c. Calon Rahin (nasabah) tidak sedang mendapatkan fasilitas pembiayaan program pemerintah dan atau pembiayaan produktif dari lembaga keuangan lain, kecuali kredit konsumtif seperti leasing, KPR, kartu kredit, kredit pensiunan dll dengan catatan setoran atau pembayaran cicilan lancar dan masih memiliki kemampuan untuk membayar.
- d. Memperoleh atau memiliki pendapatan rutin bulanan atau mingguan

9. Ketentuan Khusus Produk KUR Syariah

Adapun ketentuan yang mengkhususkan pinjaman dapat dicairkan adalah:

- a. Khusus kredit modal usaha
- b. Jangka waktu pinjaman mulai dari 12 hingga 36 bulan
- c. Besaran Marhun Bih (uang pinjaman) untuk KUR Syariah yang disalurkan oleh Perusahaan adalah Rp.1.000.000 (Satu Juta Rupiah) hingga Rp.10.000.000 (Sepuluh Juta Rupiah)

d. Besaran *Mu'nah* atau jasa pemeliharaan KUR Syariah yang disalurkan oleh Perusahaan yaitu 6% efektif per tahun. Jadi, prinsip yang digunakan bukan berupa bunga melainkan *Mu'nah* pemeliharaan Selanjutnya yaitu kalkulasi mulai dari kemampuan bayar hingga berapa lama pinjaman dapat dilunasi sesuai dengan kemampuan dan Tarif Produk 6% efektif per tahun atau 0,28% flat per bulan dari pembiayaan Bebas denda dan biaya administrasi Bebas biaya provisi.

C. Deskripsi Responden Penelitian

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Deskripsi Responden Penelitian ini menyajikan karakteristik jenis kelamin dari responden yang terlibat dalam penelitian. Karakteristik jenis kelamin ini mencakup distribusi antara laki-laki dan perempuan dalam sampel penelitian.

Tabel IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Perempuan	120	33,71
2	Laki-laki	236	66,29
	Jumlah	356	100

Sumber: Diolah Ms. Excel (2024)

Tabel IV.1 menggambarkan distribusi jenis kelamin dari 356 responden yang terlibat dalam penelitian. Dari total responden, sebanyak 120 orang atau sekitar 33,71% merupakan perempuan, sedangkan 236 orang atau sekitar 66,29% merupakan laki-laki. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki.

2. Karakteristik Usia

Deskripsi Responden Penelitian ini menyajikan karakteristik usia dari responden yang terlibat dalam penelitian. Karakteristik usia ini mencakup distribusi dalam sampel penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel IV.2 Karakteristik Usia

No	Usia	Jumlah	%
1	18-25	51	14,33
2	26-35	79	22,19
3	36-45	88	24,72
4	46-55	70	19,66
5	>55	68	19,10
Jumlah		356	100

Sumber: Diolah Ms. Excel (2024)

Tabel IV.2 menunjukkan distribusi usia dari total 356 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Dari data tersebut, terdapat variasi usia yang signifikan di antara responden. Mayoritas responden, sebanyak 88 orang atau sekitar 24,72%, berada dalam rentang usia 36-45 tahun. Selanjutnya, kelompok usia 26-35 tahun merupakan yang kedua terbanyak dengan 79 responden atau sekitar 22,19%. Rentang usia 18-25 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 51 orang atau sekitar 14,33%. Sementara itu, kelompok usia 46-55 tahun dan di atas 55 tahun masing-masing memiliki 70 dan 68 responden, yang mewakili sekitar 19,66% dan 19,10% dari total responden, secara berturut-turut.

3. Karakteristik Pekerjaan

Deskripsi Responden Penelitian ini menyajikan karakteristik pekerjaan dari responden yang terlibat dalam penelitian. Karakteristik

pekerjaan ini mencakup distribusi dalam sampel penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel IV.3 Karakteristik Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	UMKM	197	55,34
2	Petani	65	18,26
3	Wiraswasta	63	17,69
4	Lainnya	31	8,71
Jumlah		356	100

Sumber: Diolah Ms. Excel (2024)

Tabel IV.3 memberikan gambaran distribusi pekerjaan dari total 356 responden yang terlibat dalam penelitian. Mayoritas responden, sebanyak 197 orang atau sekitar 55,34%, merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Petani merupakan kelompok pekerjaan kedua terbanyak dengan jumlah 65 responden atau sekitar 18,26%. Selanjutnya, wiraswasta menyumbang 63 responden atau sekitar 17,69%. Pekerjaan lainnya, yang tidak termasuk dalam kategori tersebut, diikuti oleh 31 responden atau sekitar 8,71% dari total.

4. Karakteristik Pendidikan Terakhir

Deskripsi Responden Penelitian ini menyajikan karakteristik pendidikan terakhir dari responden yang terlibat dalam penelitian. Karakteristik pendidikan terakhir ini mencakup distribusi dalam sampel penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel IV.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah	%
1	SD	65	18,26
2	SMP	96	26,97
3	SMA	131	36,80
4	Diploma	20	5,62
5	Sarjana/Pascasarjana	44	12,36
Jumlah		356	100

Sumber: Diolah Ms. Excel (2024)

Tabel IV.4 menggambarkan distribusi tingkat pendidikan terakhir dari total 356 responden yang terlibat dalam penelitian. Mayoritas responden, sebanyak 131 orang atau sekitar 36,8%, memiliki latar belakang pendidikan SMA. Selanjutnya, responden dengan latar belakang pendidikan SMP menyumbang jumlah yang signifikan, yaitu sebanyak 96 orang atau sekitar 26,97%. Jumlah responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 65 orang atau sekitar 18,26%, sementara tingkat pendidikan Sarjana/Pascasarjana diikuti oleh 44 responden atau sekitar 12,36%. Tingkat pendidikan Diploma memiliki jumlah yang lebih rendah, yaitu 20 responden atau sekitar 5,62% dari total responden.

D. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Hasil Uji *Outer Model*

a. Uji Validitas Konvergen

1) Uji *Loading Factor*

Berikut hasil uji *Convergent Validity Loading Factor* dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.5 Hasil Uji *Convergent Validity Loading Factor*

Konstruk	Indikator	Y1	Y2	Z	X1	X2	X3	Titik Kritis	Kesimpulan
Intensi Nasabah	Y1-1	0.716	-0.084	-0.013	0.083	-0.082	-0.074	0,7	Valid
	Y1-2	0.680	-0.075	-0.110	-0.113	0.048	0.209	0,7	Invalid
	Y1-3	0.767	-0.225	0.017	0.265	-0.330	0.183	0,7	Valid
	Y1-4	0.687	-0.012	0.168	-0.091	-0.031	0.034	0,7	Invalid
	Y1-5	0.683	-0.131	0.547	-0.275	-0.037	-0.144	0,7	Invalid
	Y1-6	0.760	-0.072	0.012	0.077	-0.156	-0.056	0,7	Valid
	Y1-7	0.735	0.086	-0.277	0.014	0.083	0.029	0,7	Valid
	Y1-8	0.750	0.080	-0.118	0.061	0.209	-0.159	0,7	Valid
	Y1-9	0.798	0.167	-0.130	-0.023	0.208	-0.009	0,7	Valid
	Y1-10	0.719	0.251	-0.049	-0.042	0.084	-0.011	0,7	Valid
Perilaku Nasabah	Y2-1	0.691	0.623	-0.062	-0.006	0.041	0.070	0,7	Invalid
	Y2-2	0.483	0.664	-0.114	-0.105	0.241	-0.020	0,7	Invalid
	Y2-3	0.510	0.699	0.008	0.116	-0.145	0.102	0,7	Invalid
	Y2-4	-0.267	0.850	0.079	-0.005	-0.148	0.046	0,7	Valid
	Y2-5	-0.226	0.824	0.111	-0.094	0.150	-0.202	0,7	Valid
	Y2-6	-0.362	0.773	0.000	0.081	-0.148	-0.012	0,7	Valid
	Y2-7	-0.075	0.801	-0.127	-0.047	0.250	-0.020	0,7	Valid
	Y2-8	-0.121	0.809	0.104	-0.065	-0.004	-0.083	0,7	Valid
	Y2-9	-0.313	0.820	-0.040	0.125	-0.201	0.142	0,7	Valid
Shariah Compliance	Z1	-0.290	0.972	0.348	0.085	-0.276	0.195	0,7	Invalid
	Z2	0.032	-0.043	0.889	0.040	-0.181	0.181	0,7	Valid
	Z3	0.053	-0.115	0.894	0.100	0.097	-0.146	0,7	Valid
	Z4	0.041	-0.104	0.914	0.012	-0.112	-0.073	0,7	Valid
	Z5	0.012	-0.035	0.891	-0.030	-0.011	-0.014	0,7	Valid
	Z6	-0.029	-0.081	0.878	0.006	0.179	0.010	0,7	Valid
	Z7	0.003	0.001	0.788	-0.182	0.158	-0.036	0,7	Valid
Sikap	X1-1	-0.124	0.119	0.171	0.695	-0.324	0.004	0,7	Invalid
	X1-2	0.052	0.057	-0.089	0.769	0.381	-0.364	0,7	Valid
	X1-3	0.019	0.083	-0.031	0.805	0.074	-0.061	0,7	Valid
	X1-4	0.063	0.021	-0.243	0.761	0.448	-0.305	0,7	Valid
	X1-5	-0.016	0.086	-0.105	0.812	0.065	0.018	0,7	Valid
	X1-6	-0.040	-0.072	0.204	0.834	-0.413	0.156	0,7	Valid
	X1-7	0.046	-0.140	-0.060	0.777	-0.385	0.336	0,7	Valid
	X1-8	-0.011	-0.168	0.184	0.654	0.188	0.233	0,7	Invalid
Norma Subjektif	X2-1	-0.040	-0.167	-0.001	0.419	0.811	0.212	0,7	Valid

	X2-2	0.030	-0.029	0.070	0.003	0.845	-0.131	0,7	Valid
	X2-3	-0.002	0.065	0.015	-0.027	0.868	0.049	0,7	Valid
	X2-4	-0.028	0.077	-0.174	0.047	0.620	-0.052	0,7	Invalid
	X2-5	0.019	0.017	-0.014	-0.175	0.874	-0.042	0,7	Valid
	X2-6	0.011	0.045	0.056	-0.222	0.880	-0.039	0,7	Valid
Persepsi Kontrol Perilaku	X3-1	-0.076	0.131	0.258	-0.257	0.442	0.809	0,7	Valid
	X3-2	-0.076	0.081	-0.024	-0.038	0.172	0.757	0,7	Valid
	X3-3	-0.112	-0.046	0.010	0.068	-0.080	0.874	0,7	Valid
	X3-4	-0.014	-0.145	0.150	-0.001	-0.070	0.836	0,7	Valid
	X3-5	0.344	0.003	-0.509	0.201	-0.437	0.359	0,7	Invalid
	X3-6	0.303	-0.021	-0.407	0.306	-0.584	0.347	0,7	Invalid

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji validitas konvergen pada penelitian ini menunjukkan evaluasi terhadap *loading factor* dari masing-masing indikator yang digunakan. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar indikator telah memenuhi kriteria validitas dengan baik, sesuai dengan titik kritis yang ditetapkan. Untuk konstruk Intensi Nasabah, indikator Y1-1, Y1-3, Y1-6, Y1-7, Y1-8, Y1-9, dan Y1-10 dinyatakan valid, karena memiliki loading factor di atas nilai kritis 0.7. Namun, beberapa indikator seperti Y1-2, Y1-4, dan Y1-5 tidak memenuhi kriteria validitas. Begitu juga untuk konstruk Perilaku Nasabah, indikator Y2-4, Y2-5, Y2-6, Y2-7, Y2-8, dan Y2-9 dinyatakan valid, sementara Y2-1, Y2-2, dan Y2-3 dinyatakan tidak valid.

Konstruk *Shariah Compliance* menunjukkan bahwa indikator Z2, Z3, Z4, Z5, Z6, dan Z7 valid, sedangkan Z1 dinyatakan tidak valid. Pada konstruk Sikap, indikator X1-2, X1-3, X1-4, X1-5, X1-6, dan X1-7 valid, sementara X1-1 dan X1-8 tidak valid.

Selanjutnya, pada konstruk Norma Subjektif, semua indikator valid. Sedangkan untuk konstruk Persepsi Kontrol Perilaku, indikator X3-1, X3-2, X3-3, X3-4, X3-5, dan X3-6 valid kecuali X3-5 dan X3-6 yang tidak valid. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar indikator telah memenuhi kriteria validitas, namun beberapa indikator yang tidak valid tidak dapat disertakan dalam analisis selanjutnya.

2) Uji AVE (*Average Varians Extracted*)

Berikut hasil uji AVE dari variabel laten yang diamati:

Tabel IV.6 Hasil Uji AVE

Variabel	AVE	Titik Kritis	Kesimpulan
Y1	0.590	0,5	Reliabel
Y2	0.710	0,5	Reliabel
Z	0.772	0,5	Reliabel
X1	0.649	0,5	Reliabel
X2	0.746	0,5	Reliabel
X3	0.706	0,5	Reliabel

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji AVE (*Average Variance Extracted*) dari variabel laten yang diamati menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai AVE di atas nilai kritis yang ditetapkan (0,5). Variabel Y1 memiliki nilai AVE sebesar 0,590, variabel Y2 sebesar 0,710, variabel Z sebesar 0,772, variabel X1 sebesar 0,649, variabel X2 sebesar 0,746, dan variabel X3 sebesar 0,706. Nilai-nilai AVE yang relatif tinggi menunjukkan bahwa variabel laten tersebut memiliki reliabilitas yang baik dalam menjelaskan varians dari

indikator yang terkait. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

b. Uji *Discriminant Validity*

1) Uji *Cross Loading*

Berikut hasil uji *cross loading* dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.7 Hasil Uji *Cross Loading*

Konstruk	Indikator	Y1	Titik Kritis	Kesimpulan
Intensi Nasabah	Y1-1	0.718	0,7	Baik
	Y1-3	0.783	0,7	Baik
	Y1-6	0.783	0,7	Baik
	Y1-7	0.765	0,7	Baik
	Y1-8	0.772	0,7	Baik
	Y1-9	0.812	0,7	Baik
	Y1-10	0.738	0,7	Baik
	Y2-4	0.882	0,7	Baik
	Y2-5	0.854	0,7	Baik
	Y2-6	0.822	0,7	Baik
	Y2-7	0.809	0,7	Baik
	Y2-8	0.822	0,7	Baik
	Y2-9	0.863	0,7	Baik
<i>Shariah Compliance</i>	Z2	0.886	0,7	Baik
	Z3	0.897	0,7	Baik
	Z4	0.919	0,7	Baik
	Z5	0.893	0,7	Baik
	Z6	0.882	0,7	Baik
	Z7	0.791	0,7	Baik
Sikap	X1-2	0.795	0,7	Baik
	X1-3	0.819	0,7	Baik
	X1-4	0.794	0,7	Baik
	X1-5	0.836	0,7	Baik
	X1-6	0.824	0,7	Baik
	X1-7	0.763	0,7	Baik

Norma Subjektif	X2-1	0.810	0,7	Baik
	X2-2	0.869	0,7	Baik
	X2-3	0.874	0,7	Baik
	X2-5	0.877	0,7	Baik
	X2-6	0.885	0,7	Baik
Persepsi Kontrol Perilaku	X3-1	0.828	0,7	Baik
	X3-2	0.781	0,7	Baik
	X3-3	0.880	0,7	Baik
	X3-4	0.868	0,7	Baik

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *cross loading* menunjukkan bahwa semua indikator memiliki koefisien *cross loading* yang tinggi pada konstruk yang seharusnya diukur. Indikator-inti variabel latent “Intensi Nasabah” memiliki koefisien *cross loading* yang signifikan pada variabel “Intensi Nasabah” dengan nilai antara 0,718 hingga 0,812, dan juga pada variabel “Perilaku Nasabah” dengan nilai antara 0,809 hingga 0,882. Begitu pula, indikator-inti variabel latent “*Shariah Compliance*” memiliki koefisien *cross loading* yang tinggi pada variabel “*Shariah Compliance*” dengan nilai antara 0,886 hingga 0,919. Demikian pula, indikator-inti dari variabel laten lainnya juga menunjukkan koefisien *cross loading* yang signifikan pada variabel laten yang seharusnya diukur. Dengan demikian, hasil uji *cross loading* menunjukkan adanya *validitas discriminant* yang memadai antara variabel laten dalam penelitian ini.

2) Uji AVE dan Korelasi Fornell-Locker

Berikut hasil uji Korelasi Fornell-Locker dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.8 Hasil Uji Korelasi *Fornell-Larcker*

Variabel	Y1	Y2	Z	X1	X2	X3
Y1	0.768	0.570	0.254	0.476	0.220	0.175
Y2	0.570	0.842	0.343	0.520	0.306	0.271
Z	0.254	0.343	0.879	0.550	0.828	0.770
X1	0.476	0.520	0.550	0.806	0.574	0.413
X2	0.220	0.306	0.828	0.574	0.863	0.788
X3	0.175	0.271	0.770	0.413	0.788	0.840

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji korelasi Fornell-Larcker menunjukkan bahwa nilai AVE dari setiap variabel laten melebihi nilai korelasi antara variabel tersebut dengan variabel laten lainnya. Secara khusus, nilai AVE dari setiap variabel laten (Y1, Y2, Z, X1, X2, X3) terletak pada diagonal utama tabel dan lebih besar daripada korelasi antara variabel tersebut dengan variabel laten lainnya di luar diagonal utama. Misalnya, untuk variabel laten Y1, nilai AVE adalah 0,768, yang lebih besar daripada korelasi antara Y1 dengan variabel laten lainnya (0,570 untuk Y2, 0,254 untuk Z, 0,476 untuk X1, 0,220 untuk X2, dan 0,175 untuk X3). Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel laten memiliki validitas diskriminan yang memadai.

c. Uji Reliabilitas

Berikut hasil uji Reliabilitas dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.9 Hasil Uji *Reliability*

Variabel	Cronbachs alpha	Titik Kritis	Composite reliability	Titik Kritis	Kesimpulan
Y1	0.884	0,6	0.909	0,7	Reliabel
Y2	0.918	0,6	0.936	0,7	Reliabel
Z	0.941	0,6	0.953	0,7	Reliabel
X1	0.892	0,6	0.917	0,7	Reliabel
X2	0.914	0,6	0.936	0,7	Reliabel
X3	0.860	0,6	0.906	0,7	Reliabel

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's alpha dan composite reliability yang melebihi nilai titik kritis yang ditetapkan. Nilai Cronbach's alpha dan composite reliability untuk setiap variabel (Y1, Y2, Z, X1, X2, X3) berada di atas 0,6 dan 0,7; yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan atau dapat dipercaya dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

2. Hasil Uji *Inner Model*

a. *Coefficient Of Determination (R²)*

Berikut hasil uji *Coefficient Of Determination (R²)* dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.10 Hasil Uji R²

Variabel	R-square	Adjust R-square	Kriteria
Intensi Nasabah	0,373	0,367	Moderat
Perilaku Nasabah	0,334	0,331	Moderat

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Coefficient of Determination (R-squared)* menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini mampu

menjelaskan variasi dalam perilaku intensi nasabah sebesar 37,3% dan perilaku nasabah sebesar 33,4%. Meskipun angka ini tidak mencapai tingkat yang sangat tinggi, namun masih cukup baik untuk menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dalam model. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dapat secara moderat dapat memprediksi intensi dan perilaku nasabah terkait pembiayaan KUR Syariah.

b. Effect Size (f^2)

Berikut hasil uji *effect size* (f^2) dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.11 Hasil Uji f^2

Konstruk	Variabel	Nilai f^2	Kategori
Intensi	Sikap	0,302	<i>Moderate Effect</i>
	Norma Subjektif	0,030	<i>Small Effect</i>
	Persepsi Kontrol Perilaku	0,040	<i>Small Effect</i>
Perilaku	Intensi	0,316	<i>Moderate Effect</i>
	<i>Sharia Compliance</i>	0,019	<i>Small Effect</i>

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Effect Size* (f^2) menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel laten terhadap variabel teramati. Dalam penelitian ini, variabel sikap memiliki pengaruh yang sedang, tetapi norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang kecil. Selain itu, variabel intensi nasabah dan pengaruh moderasi *sharia compliance* juga memiliki pengaruh yang kecil terhadap variabel perilaku. Hal ini menunjukkan kontribusi variabel tersebut

memiliki pengaruh kecil dan sedang terhadap intensi dan perilaku nasabah dalam pembiayaan KUR Syariah.

c. Predictive Relevance (Q^2)

Berikut hasil uji *Predictive Relevance* (Q^2) dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.12 Hasil Uji Q^2

Konstruk	Variabel	Rumus	Nilai	Kategori
Intensi	Sikap	<i>Include</i>	0,309	<i>Model Variasi Intensi Memiliki Predictive Relevance</i>
		<i>Exclude</i>	0,157	
		Q^2	0,152	
	Norma Subjektif	<i>Include</i>	0,309	
		<i>Exclude</i>	0,307	
		Q^2	0,002	
	Persepsi Perilaku Kontrol	<i>Include</i>	0,309	
		<i>Exclude</i>	0,305	
		Q^2	0,004	
Perilaku	Intensi	<i>Include</i>	0,338	<i>Model Variasi Perilaku Memiliki Predictive Relevance</i>
		<i>Exclude</i>	0,332	
		Q^2	0,006	

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Predictive Relevance* (Q^2) menunjukkan tingkat prediksi model terhadap variabel-variabel yang diamati. Dalam penelitian ini, model variasi intensi memiliki *Predictive Relevance* yang dijelaskan variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, dengan nilai Q^2 antara 0,002 sampai 0,152. Pada model variasi perilaku memiliki *Predictive Relevance* yang dijelaskan variabel intensi, dengan nilai Q^2 sebesar 0,006. Meskipun terdapat sedikit perbedaan ketika variabel diikutsertakan atau dikecualikan dari model (*exclude*),

namun nilai Q^2 yang dihasilkan menunjukkan bahwa model memiliki prediksi yang baik terhadap intensi dan perilaku nasabah terkait pembiayaan KUR Syariah.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis

Berikut hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, yang dapat diamati dalam tabel berikut:

Tabel IV.13 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient	P-Values
Sikap → Intensi Nasabah	0.545	<0.001
Norma Subjektif → Intensi Nasabah	0.078	0.068
Persepsi Kontrol Perilaku → Intensi Nasabah	0.107	0.021
Intensi → Perilaku Nasabah	0.550	<0.001
Intensi → <i>Shariah Compliance</i> → Perilaku Nasabah	0.071	0.088

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Hasil uji hipotesis Sikap menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,545 dan *P-Values* lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai sebesar <0,001. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

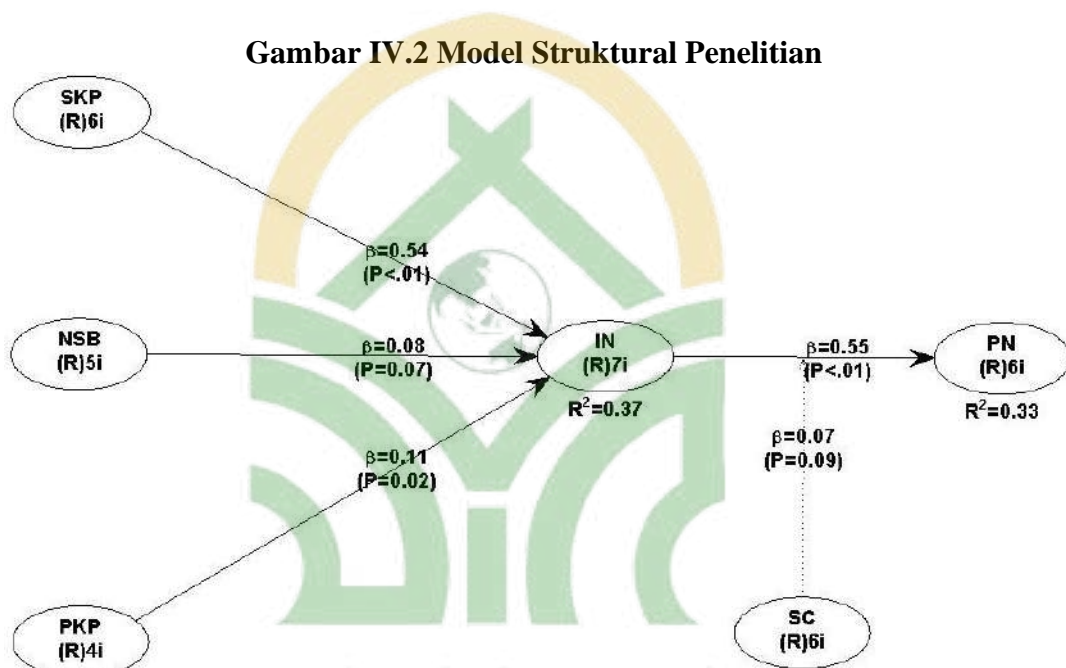
- 2) Hasil uji hipotesis Norma Subjektif menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,078 dan *P-Values* lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai sebesar 0,068. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Norma Subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
- 3) Hasil uji hipotesis Persepsi Kontrol Perilaku menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,107 dan *P-Values* lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai sebesar 0,021. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Kontrol Perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
- 4) Hasil uji hipotesis Intensi menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,550 dan *P-Values* lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai sebesar $<0,001$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
- 5) Hasil uji hipotesis moderasi *shariah compliance* menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,071 dan *P-Values* lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai sebesar

0,088. Maka dapat disimpulkan bahwa *shariah compliance* tidak efektif memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

b. Model Struktural Penelitian

Berikut adalah gambaran model struktural dari penelitian ini:

Gambar IV.2 Model Struktural Penelitian



Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Berikut persamaan model struktural dalam penelitian ini adalah:

$$IN = 0.545 SKP + 0.078 NSB + 0.107 PKP + e \dots\dots\dots(i)$$

$$PN = 0.550 IN + 0.071 SC * IN + e \dots\dots\dots(ii)$$

Hasil persamaan model struktural tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil model struktural Sikap menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,545 artinya jika sikap mengalami kenaikan 1 satuan, maka intensi nasabah menggunakan

pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas akan mengalami peningkatan sebesar 0,545.

- 2) Hasil model struktural Norma Subjektif menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,078 artinya jika Norma Subjektif mengalami kenaikan 1 satuan, maka intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas akan mengalami peningkatan sebesar 0,078.
- 3) Hasil model struktural Persepsi Kontrol Perilaku menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,107 artinya jika Persepsi Kontrol Perilaku mengalami kenaikan 1 satuan, maka intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas akan mengalami peningkatan sebesar 0,107.
- 4) Hasil model struktural intensi nasabah menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,550 artinya jika intensi nasabah mengalami kenaikan 1 satuan, maka perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas akan mengalami peningkatan sebesar 0,550.
- 5) Hasil model struktural moderasi *shariah compliance* menunjukkan nilai *Path Coefficient* bernilai positif sebesar 0,071 artinya jika

shariah compliance efektif memoderasi intensi nasabah dan mengalami kenaikan 1 satuan, maka perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas akan mengalami peningkatan sebesar 0,071.

4. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Antara Sikap Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Menurut Saygılı dkk.⁶ dan Raza dkk.,⁷ sikap mengacu pada perasaan positif atau negatif seseorang yang timbul dari evaluasi terhadap perilaku tertentu.⁸ Sikap juga mencakup penilaian terhadap konsekuensi dari perilaku tertentu. Sikap pelanggan Muslim terhadap suatu produk atau layanan bertindak sebagai prediktor internal yang dapat mempengaruhi intensi dan perilaku tertentu.⁹ Menurut Li dan Peng, intensi adalah sejauh mana konsumen bersedia untuk terlibat dalam pembelian suatu produk.¹⁰ Sesuai dengan konsep TPB, intensi dipengaruhi oleh sikap.¹¹ Ajzen berpendapat bahwa sikap adalah salah satu variabel penjelas terpenting dari intensi berperilaku, seperti ketaatan pada Islam prinsip dengan memutuskan menjadi nasabah

⁶Saygılı dkk., “Determining Intention to Choose Islamic Financial Products Using the Attitude–Social Influence–Self-Efficacy (ASE) Model.”

⁷Raza dkk., “Influential Factors of Islamic Insurance Adoption.”

⁸Amin dkk., “Determinants of Customers’ Intention to Use Islamic Personal Financing.”

⁹Lebdaoui, Chetioui, dan Harkat, “Propensity towards Islamic Banking among Non-Users.”

¹⁰Li dan Peng, “Influencer Marketing.”

¹¹Ajzen, “Consumer Attitudes and Behavior.”

bank syariah. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Muslim yang setia pada ajaran Islam memiliki pandangan yang baik terhadap keuangan Islam dan mengadopsi produk keuangan Islam.¹²

Pada penelitian ini, lokasi penelitian berada di Pegadaian UPC Natal yang notabene adalah lembaga keuangan konvensional atau tidak menjalankan prinsip syariah, namun menyediakan produk KUR Syariah. Meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal bukan produk unggulan, namun produk ini mampu menggaet 4.700 nasabah di wilayah Padang Lawas. Ini berarti penelitian akan fokus pada bagaimana suatu lembaga keuangan yang konvensional menawarkan produk keuangan syariah seperti KUR, tentu hal ini dapat dipahami bahwa faktor-faktor sosial ekonomi dapat berdampak pada operasional lembaga keuangan di wilayah Padang Lawas, yang dapat dilihat dari permintaan pasar, regulasi, dan dinamika keuangan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Hal ini karena adanya sikap positif terhadap produk pembiayaan KUR Syariah tercermin dari keyakinan dan komitmen yang kuat dari nasabah untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah yang memberikan manfaat, seperti

¹²Pratama, Hamidi, dan Cahyono, "The Effect of Halal Brand Awareness on Purchase Intention in Indonesia."

memberikan keamanan finansial dan manfaat jangka panjang. Keyakinan dan komitmen ini mendorong intensi nasabah untuk segera menggunakan produk tersebut dalam waktu dekat.

Misalnya, banyaknya kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai manfaat dan keunggulan pembiayaan KUR Syariah yang diadakan oleh pegadaian, seperti seminar dan workshop tentang pentingnya memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, adanya dukungan dari tokoh agama dan masyarakat setempat yang memberikan pandangan positif terhadap pembiayaan KUR Syariah juga memengaruhi sikap dan intensi nasabah untuk menggunakannya. Selain itu, kejelasan dan transparansi dari pegadaian dalam menyediakan produk pembiayaan KUR juga membuat nasabah merasa lebih percaya dan yakin akan manfaat produk tersebut.

Beberapa peneliti sesuai dengan hasil penelitian ini, seperti penelitian Mindra dkk. menemukan pengaruh positif antara sikap dan intensi berperilaku terhadap pemanfaatan produk perbankan syariah.¹³ Pengaruh positif antara sikap dan intensi telah dikonfirmasi dalam berbagai penelitian termasuk takaful keluarga.¹⁴ Demikian pula, banyak penelitian di sektor perbankan syariah yang membuktikan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi.¹⁵

¹³Mindra dkk., "Attitude and Islamic Banking Adoption."

¹⁴Salman, Ab. Rashid, dan Htay, "The Impact of Internal Forces on Acceptance of Takaful by Insurance Policy-Holders in India."

¹⁵Janah, Medias, dan Pratiwi, "The Intention of Religious Leaders to Use Islamic Banking Services."

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa sikap adalah salah satu variabel penjelas terpenting dari intensi berperilaku, intensi positif mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

b. Pengaruh Antara Norma Subjektif Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Menurut model TPB, norma subjektif merupakan variabel kedua yang sangat mempengaruhi intensi berperilaku. Norma subjektif menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari tekanan sosial, yang bertindak sebagai insentif atau hambatan ekstrinsik terhadap proses pengambilan keputusan secara sadar.¹⁶ Menurut Effendi dkk., komponen norma subjektif merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan perilaku pelanggan.¹⁷ Merujuk pada pendapat Osman dkk., norma subjektif nasabah bank syariah adalah intensi menggunakan produk bank syariah karena dorongan dari orang disekitarnya.¹⁸

Pada penelitian ini, lokasi penelitian berada di Pegadaian UPC Natal Barumun yang notabene adalah lembaga keuangan

¹⁶Wan, Shen, dan Choi, "Experiential and Instrumental Attitudes."

¹⁷Effendi dkk., "The Application of the Theory of Reasoned Action on Services of Islamic Rural Banks in Indonesia."

¹⁸Osman dkk., "The Dilemma of Millennial Muslims towards Financial Management."

konvensional atau tidak menjalankan prinsip syariah, namun menyediakan produk KUR Syariah. Meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun bukan produk utama, namun produk ini mampu menggaet 4.700 nasabah di wilayah Padang Lawas. Ini berarti penelitian akan fokus pada bagaimana suatu lembaga keuangan yang konvensional menawarkan produk keuangan syariah seperti KUR, tentu hal ini dapat dipahami bahwa faktor-faktor sosial ekonomi dapat berdampak pada operasional lembaga keuangan di wilayah Padang Lawas, yang dapat dilihat dari permintaan pasar, regulasi, dan dinamika keuangan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Norma Subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Meskipun mayoritas nasabah menganggap bahwa orang-orang sekitar mereka berpikir positif tentang pemilihan produk pembiayaan KUR Syariah dan akan senang dengan keputusan tersebut, namun hal ini tidak memengaruhi intensi nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

Misalnya, seorang nasabah merasa adanya tekanan sosial untuk memilih pembiayaan KUR Syariah karena anggota keluarga atau teman-teman dekatnya merekomendasikannya, namun keputusan tersebut tidak bergantung pada kebutuhan dan preferensi pribadi nasabah. Hal ini tidak selamanya norma subjektif dapat berdampak

pada intensi nasabah dan tidak sepenuhnya dapat dipengaruhi oleh opini orang lain. Dalam konteks ini, norma subjektif tidak menjadi faktor penentu utama dalam pembentukan intensi nasabah untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.

Beberapa peneliti sesuai dengan hasil penelitian ini, seperti penelitian Irawan dan Hurriyati,¹⁹ Hasan dan Suciarto,²⁰ Gayatri, dkk.,²¹ dan Lasut, dkk.,²² yang menunjukkan bahwa Norma Subjektif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat konsumen, seperti yang terlihat dalam studi tentang perilaku konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara norma subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

¹⁹Rini Larasati Irawan dan Ratih Hurriyati, "The Effects of Subjective Norm on the Intention to Use of the Online Shopping Customers in Bandung" (5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020), Atlantis Press, 2021), 367–70, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.072>.

²⁰Hana Novita Hasan dan Sentot Suciarto, "The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food Purchase Intention," *Journal of Management and Business Environment (JMBE)* 1, no. 2 (17 Januari 2020): 132–53, <https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i2.2260>.

²¹Gita Gayatri, Yeshika Alversia, dan Rifelly Dewi Astuti, "The Influence of Attitude And Subjective Norms On Student's (Future) Intention and Future Decision Of Higher Level Studies: A Case Study of Five Universities with BHMN Status in Indonesia," *ASEAN Marketing Journal* 2, no. 1 (16 Oktober 2013), <https://doi.org/10.21002/amj.v2i1.1991>.

²²Kezia A. S. Lasut, Joy E. Tulung, dan Merinda H. C. Pandowo, "The Influence Of Attitude, Subjective Norm, And Perceived Behavioral Control On Customer Intentions Towards Sustainable Behavior (Study On Bank Sulutgo Manado)," *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 1 (10 Januari 2022): 226–36, <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37723>.

c. Pengaruh Antara Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Nasabah Menggunakan Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Persepsi kontrol perilaku berfokus pada sumber daya atau hambatan individu, yang mempengaruhi apakah mereka mengambil bagian dalam intensi berperilaku.²³ Menurut Purwanto dkk.²⁴ dan Yusfiarto dkk.,²⁵ Persepsi Kontrol Perilaku adalah penilaian nasabah terhadap kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan produk perbankan syariah. Menurut TPB, meskipun sikap dan norma subjektif masyarakat positif, mereka mungkin memiliki intensi yang rendah untuk melakukan suatu perilaku jika mereka merasa memiliki kendali yang terbatas atau tidak ada sama sekali terhadap tindakan tersebut.²⁶

Pada penelitian ini, lokasi penelitian berada di Pegadaian UPC Natal Barumun yang notabene adalah lembaga keuangan konvensional atau tidak menjalankan prinsip syariah, namun menyediakan produk KUR Syariah. Meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun bukan produk utama, namun produk ini mampu menggaet 4.700 nasabah di wilayah Padang Lawas. Ini berarti penelitian akan fokus pada bagaimana suatu lembaga

²³Ajzen, "The Theory of Planned Behavior."

²⁴Purwanto dkk., "Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation."

²⁵Yusfiarto dkk., "Examining Islamic Capital Market Adoption from a Socio-Psychological Perspective and Islamic Financial Literacy."

²⁶Ulker-Demirel dan Ciftci, "A Systematic Literature Review of the Theory of Planned Behavior in Tourism, Leisure and Hospitality Management Research."

keuangan yang konvensional menawarkan produk keuangan syariah seperti KUR, tentu hal ini dapat dipahami bahwa faktor-faktor sosial ekonomi dapat berdampak pada operasional lembaga keuangan di wilayah Padang Lawas, yang dapat dilihat dari permintaan pasar, regulasi, dan dinamika keuangan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Kontrol Perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Persepsi kontrol perilaku yang positif, yang tercermin dari keyakinan dan kemudahan yang dirasakan dalam memilih produk pembiayaan KUR Syariah, memberikan pengaruh signifikan terhadap intensi nasabah untuk menggunakannya di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Hal ini karena adanya pendekatan yang mendukung dan memfasilitasi proses pemilihan produk oleh lingkungan sekitar memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa mereka memiliki kendali penuh atas keputusan nasabah.

Misalnya, keberadaan informasi yang mudah diakses tentang produk pembiayaan KUR Syariah dan dukungan yang mencukupi dari orang lain dalam memilih produk tersebut memperkuat keyakinan dan kemampuan nasabah untuk mengambil keputusan. Dalam konteks ini, nasabah merasa yakin bahwa mereka memiliki lingkungan sekitar dengan sumber daya dan pengetahuan yang cukup untuk memilih

pembiayaan KUR Syariah dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Oleh karena itu, persepsi kontrol perilaku yang positif ini menjadi faktor yang mendorong intensi nasabah untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

Beberapa peneliti sesuai dengan hasil penelitian ini, seperti penelitian Sadallah menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara faktor persepsi kontrol perilaku dengan intensi perilaku dan perilaku kepatuhan.²⁷ Alzadjal dkk., menemukan bahwa perilaku nasabah bank syariah sangat dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kontrol perilaku.²⁸

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berdampak positif terhadap intensi petani untuk mengadopsi pengelolaan nutrisi,²⁹ serta intensi individu untuk mengadopsi teknologi blockchain,³⁰ metode hemat energi,³¹ pembelajaran seluler berkelanjutan,³² dan Internet banking.³³ Dalam konteks pegadaian, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh

²⁷Sadallah dkk., “Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective.”

²⁸Alzadjal dkk., “Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman.”

²⁹Daxini dkk., “Which Factors Influence Farmers’ Intentions to Adopt Nutrient Management Planning?”

³⁰Kamble, Gunasekaran, dan Arha, “Understanding the Blockchain Technology Adoption in Supply Chains-Indian Context.”

³¹Ru, Wang, dan Yan, “Exploring the Effects of Normative Factors and Perceived Behavioral Control on Individual’s Energy-Saving Intention.”

³²Al-Emran, Arpaci, dan Salloum, “An Empirical Examination of Continuous Intention to Use M-Learning.”

³³Rahi dkk., “Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption context.”

positif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

d. Pengaruh Antara Intensi Terhadap Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Menurut Li dan Peng, intensi adalah sejauh mana konsumen bersedia untuk terlibat dalam pembelian suatu produk.³⁴ Intensi bisa digunakan untuk menguji penerapan saluran distribusi baru untuk membantu manajer menentukan apakah konsep tersebut layak untuk pengembangan lebih lanjut dan memutuskan pasar geografis dan segmen konsumen mana yang akan dituju melalui saluran tersebut.³⁵ Sesuai dengan konsep TPB, intensi berasal atau sangat dipengaruhi oleh sikap.³⁶ Pentingnya terletak pada fakta bahwa intensi dianggap sebagai prediktor kunci dari perilaku aktual.³⁷ Oleh karena itu, intensi sebagai variabel penting bagi perilaku pembelian konsumen.³⁸

Pada penelitian ini, lokasi penelitian berada di Pegadaian UPC Natal Barumun yang notabene adalah lembaga keuangan konvensional atau tidak menjalankan prinsip syariah, namun menyediakan produk KUR Syariah. Meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun bukan produk utama, namun

³⁴Li dan Peng, "Influencer Marketing."

³⁵Morwitz, Steckel, dan Gupta, "When do purchase intentions predict sales?"

³⁶Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior."

³⁷Montaño dan Kasprzyk, "Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model."

³⁸Han dan Yoon, "Hotel Customers' Environmentally Responsible Behavioral Intention."

produk ini mampu menggaet 4.700 nasabah di wilayah Padang Lawas. Ini berarti penelitian akan fokus pada bagaimana suatu lembaga keuangan yang konvensional menawarkan produk keuangan syariah seperti KUR, tentu hal ini dapat dipahami bahwa faktor-faktor sosial ekonomi dapat berdampak pada operasional lembaga keuangan di wilayah Padang Lawas, yang dapat dilihat dari permintaan pasar, regulasi, dan dinamika keuangan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Temuan ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa intensi untuk membeli atau menggunakan produk keuangan syariah secara langsung memengaruhi perilaku nasabah dalam memilih dan menggunakan produk tersebut. Para nasabah yang memiliki intensi yang kuat untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah cenderung memiliki perilaku yang sesuai dengan intensi tersebut, seperti memberikan prioritas, mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh, dan merasa didorong untuk menggunakan produk keuangan syariah tersebut.

Selain itu, intensi yang kuat juga mencerminkan komitmen dan kepercayaan nasabah terhadap nilai-nilai dan prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan mereka, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku mereka dalam memilih dan menggunakan pembiayaan KUR Syariah. Misalnya, nasabah yang memiliki intensi yang tinggi untuk

memilih pembiayaan KUR Syariah cenderung lebih sering menggunakan produk tersebut dibandingkan dengan produk keuangan konvensional. Intensi tersebut mencerminkan komitmen dan kepercayaan nasabah terhadap prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan mereka, sehingga nasabah lebih cenderung memprioritaskan dan mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh penggunaan pembiayaan KUR Syariah. Dengan demikian, intensi yang positif dan signifikan ini menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku nasabah dalam menggunakan produk keuangan syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

Beberapa peneliti sesuai dengan hasil penelitian ini, seperti penelitian Morteza menemukan bahwa intensi positif mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terhadap produk ramah lingkungan,³⁹ produk fashion,⁴⁰ peralatan perlindungan diri seperti masker wajah,⁴¹ produk halal,⁴² dan lain-lain. Dalam konteks asuransi Islam, hampir tidak ada literatur yang meneliti dampak intensi terhadap perilaku pembelian konsumen asuransi takaful keluarga. Namun demikian, mengingat banyaknya bukti empiris yang mendukung dampak intensi terhadap perilaku, maka dapat disimpulkan bahwa intensi berpengaruh

³⁹Minbashrazgah, Maleki, dan Torabi, "Green Chicken Purchase Behavior."

⁴⁰Mehta dkk., "'Sustainable Attitude' – a Modest Notion Creating a Tremendous Difference in the Glamorous Fast Fashion World."

⁴¹Liang, Hustvedt, dan Miller, "Prioritizing Protection by Face Masks during COVID-19."

⁴²Haque, Azam, dan Chowdhury, "Factors Affecting Purchase Behaviour of *Shariah* Compliant Hotels."

positif terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

e. *Shariah Compliance* Efektif Memoderasi Pengaruh Antara Intensi Terhadap Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas

Shariah compliance merupakan bentuk perilaku nasabah di lembaga keuangan syariah dimana nasabah tidak melakukan kegiatan pembayaran atau penagihan bunga. Nasabah lebih memilih berinvestasi pada lembaga keuangan syariah, melakukan transaksi keuangan hanya pada lembaga keuangan syariah, menerima lembaga keuangan syariah yang berpegang pada prinsip syariah dan memilih bank yang beretika syariah.⁴³ *Shariah compliance* dapat menjadi moderasi antara intensi terhadap perilaku nasabah karena masyarakat secara umum tertarik untuk melakukan perilaku yang sesuai dengan keyakinan agama Islam.

Pada penelitian ini, lokasi penelitian berada di Pegadaian UPC Natal Barumun yang notabene adalah lembaga keuangan konvensional atau tidak menjalankan prinsip syariah, namun menyediakan produk KUR Syariah. Meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun bukan produk utama, namun produk ini mampu menggaet 4.700 nasabah di wilayah Padang Lawas. Ini berarti penelitian akan fokus pada bagaimana suatu lembaga

⁴³Sulaiman, Rahman, dan Mat, "The Conceptual Paper on Service Quality and Business Zakat Compliance Behaviour among SMEs in Kedah."

keuangan yang konvensional menawarkan produk keuangan syariah seperti KUR, tentu hal ini dapat dipahami bahwa faktor-faktor sosial ekonomi dapat berdampak pada operasional lembaga keuangan di wilayah Padang Lawas, yang dapat dilihat dari permintaan pasar, regulasi, dan dinamika keuangan lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *shariah compliance* tidak efektif memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Dalam konteks ini, meskipun produk pembiayaan KUR Syariah diharapkan selaras dengan prinsip dan hukum Islam, tidak mengandung bunga, serta menawarkan produk berbasis bagi hasil, pengaruh *shariah compliance* tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara intensi nasabah dan perilaku aktual nasabah dalam memilih produk pembiayaan KUR Syariah.

Hal ini karena intensi nasabah untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah sudah sangat kuat dan langsung terkait dengan perilaku nasabah tanpa memerlukan moderasi tambahan dari faktor lain seperti *shariah compliance*. Misalnya, sebagian besar nasabah sudah memiliki kepercayaan yang kuat terhadap produk pembiayaan KUR Syariah sudah sesuai dengan prinsip dan hukum Islam. Mereka yakin bahwa produk ini bebas dari unsur riba dan mengikuti prinsip bagi hasil.

Berdasarkan kondisi sosial dan agama Islam di Padang Lawas Sibuhuan, Kecamatan Barumon, Kabupaten Padang Lawas, Sumatera Utara, menunjukkan adanya minat masyarakat dalam mempelajari agama, meskipun masih terdapat konflik bertetangga di beberapa wilayah. Selain itu, kehidupan masyarakat Padang Lawas mayoritas didominasi oleh agama Islam, yang melahirkan banyak pesantren sebagai wahana untuk membina keberagaman santri. Kemudian, adanya komitmen masyarakat terhadap praktik keagamaan,⁴⁴ menunjukkan bahwa agama memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari penduduk, yang turut memengaruhi preferensi mereka terhadap produk keuangan yang dianggap sesuai dengan prinsip agama Islam. Oleh karena itu, meskipun faktor *shariah compliance* menjadi pertimbangan tambahan bagi sebagian nasabah, intensi nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah lebih didorong oleh keyakinan agama dan manfaat finansial yang mereka harapkan dari produk tersebut.

Penelitian menunjukkan bahwa meskipun produk KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumon menawarkan alternatif pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah, faktor *shariah compliance* tidak mampu memoderasi intensi nasabah. Hal ini disebabkan oleh penggunaan sampel terbatas hanya pada nasabah di Pegadaian UPC Natal Barumon, yang tidak mencerminkan variasi nasabah di

⁴⁴BPS Kabupaten Padang Lawas, *Padang Lawas Regency in Figures 2023* (Sibuhuan: BPS Kabupaten Padang Lawas, 2023).

Pegadaian Syariah secara umum, serta tidak mampu menangkap nuansa dan konteks yang lebih dalam dari pengalaman individu nasabah.

Ketika nasabah memiliki niat untuk menggunakan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti produk syariah. Meskipun nasabah memiliki niat karena kepatuhan agama, tetapi faktor *shariah compliance* tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku nasabah. Sebagai gantinya, adanya intensi nasabah yang dijelaskan oleh sikap dan persepsi kontrol perilaku menjadi pendorong nasabah menggunakan KUR Syariah, karena nasabah mengacu pada nilai-nilai pribadi mereka, bukan karena kepatuhan Pegadaian terhadap ketentuan syariat agama..

Sebagai contohnya adalah beberapa kasus pengusaha mikro di Sibuhuan yang ingin mengembangkan usahanya dalam bentuk sebuah warung kelontong. Dengan menggunakan produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Natal Barumun Sibuhuan. Alasan pengusaha ini memilih KUR Syariah adalah karena pengajuan persyaratan administrasi yang lebih mudah. Dia juga mengetahui bahwa KUR Syariah memberikan batasan jangkauan lokasi pelayanan pembiayaan yang sangat dekat dengan tempat usahanya, kurang dari 5 KM dari pasar Sibuhuan. Selain itu, pengusaha ini menyadari bahwa KUR Syariah menggunakan akad *murabahah* dengan margin, yang berarti tidak ada bunga dalam

pembiayaan tersebut, hanya ada *Mu'nah* sebagai jasa pemeliharaan. Selain itu, kemudahan akses dan ketentuan-ketentuan yang menguntungkan membuatnya yakin bahwa KUR Syariah dapat membantu dalam mencapai tujuan bisnisnya dan memperluas usahanya.

Penelitian sebelumnya telah menegaskan bahwa kewajiban beragama memengaruhi intensi seseorang, terutama dalam konteks pembelian produk keuangan Islam.⁴⁵ Studi Zhongkai menunjukkan bahwa kewajiban keagamaan secara langsung atau tidak mempengaruhi perilaku pembelian dan konsumsi produk halal. Konsumen Muslim cenderung merasa puas ketika memenuhi kewajiban agama Islam dalam pembelian dan konsumsi barang dan jasa.⁴⁶ Bahkan, studi Darwis menunjukkan bahwa religiusitas tidak dapat memperkuat intensi nasabah menggunakan produk keuangan syariah.⁴⁷

Dalam konteks ini, memenuhi kewajiban agama menjadi penting bagi konsumen Muslim, sehingga kewajiban beragama berkaitan positif dengan perilaku nasabah. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa *shariah compliance* tidak berperan sebagai faktor moderasi antara intensi terhadap perilaku nasabah, karena *shariah compliance* menurut Andespa adalah faktor yang

⁴⁵Yi* dan Zhongkai, "Examining Factors Influencing Customer Intention to Use Islamic Home Financing."

⁴⁶Yi* dan Zhongkai.

⁴⁷Harahap dan Siregar, "Intention to save hajj at Indonesian Sharia Bank."

digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan variasi dalam variabel yang diamati, seperti sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, literasi keuangan syariah, religiusitas, kesesuaian konsumen, branding Islami, dan intensi berperilaku.⁴⁸ Oleh karena itu, *shariah compliance* tidak efektif memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

E. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating, maka keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan tesis ini sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penggunaan sampel yang tidak mewakili populasi secara menyeluruh. Penelitian ini hanya melibatkan nasabah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas. Hal ini dapat menjadi keterbatasan karena karakteristik dan preferensi nasabah di lokasi tersebut tidak mewakili nasabah di Pegadaian Syariah secara umum di Kabupaten Padang Lawas, sehingga hasil penelitian menjadi kurang generalisasi.
2. Keterbatasan dalam penggunaan pengembangan metode penelitian dengan model TPB atau *Theory of Planned Behavior*. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SEM-PLS dan mengumpulkan data melalui kuesioner.

⁴⁸Roni Andespa dkk., "A Systematic Review of Customer Shariah Compliance Behaviour in Islamic Banks: Determinants and Behavioural Intention," *Journal of Islamic Marketing*, 19 Desember 2023, <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>.

Hal ini saja tidak dapat mengukur atau konteks yang lebih dalam dari pengalaman individu nasabah. Ini bisa menjadi masalah karena perilaku keuangan sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor yang kompleks dan tidak dapat diukur secara langsung melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* saja.

3. Keterbatasan dalam memoderasi variabel *shariah compliance*. Meskipun penelitian ini mencoba untuk memoderasi pengaruh antara intensi dan perilaku nasabah dengan faktor *shariah compliance*, hasil menunjukkan bahwa moderasi ini tidak efektif. Ini menjadi keterbatasan karena faktor-faktor lain yang memoderasi hubungan tersebut tidak dipertimbangkan dalam penelitian, seperti faktor sosial atau ekonomi yang lebih luas.

Untuk mengatasi keterbatasan ini, diperlukan komitmen untuk meningkatkan ketersediaan data, mendukung investasi dalam penelitian, memfasilitasi kolaborasi antara industri dan lembaga akademik, serta merangsang minat akademis di bidang ini. Dengan mempertimbangkan hal ini, hasil penelitian perlu diinterpretasikan dengan hati-hati dan perlu disesuaikan atau dilengkapi dengan penelitian lanjutan atau data tambahan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik tentang perilaku nasabah terkait pembiayaan KUR Syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
2. Tidak terdapat pengaruh antara Norma Subjektif terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Persepsi Kontrol Perilaku terhadap intensi nasabah menggunakan pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.
5. *Shariah compliance* tidak efektif memoderasi pengaruh antara intensi terhadap perilaku nasabah pembiayaan KUR Syariah di Pegadaian UPC Natal Barumun Kabupaten Padang Lawas.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating, maka implikasi penelitian ini sebagai berikut:

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa program Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah yang disalurkan melalui lembaga keuangan seperti Pegadaian dapat menjadi solusi bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang mengalami kesulitan dalam memperoleh modal. Melalui KUR Syariah, UMKM dapat mendapatkan akses pembiayaan dengan proses yang lebih mudah dan cepat, serta dengan syarat-syarat yang sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini dapat membantu meningkatkan pertumbuhan dan produktivitas UMKM, serta membantu pemerintah dalam mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Adanya dominasi UMKM sebagai penyumbang PDB nasional menunjukkan pentingnya dukungan pemerintah dalam memfasilitasi akses permodalan bagi sektor ini. Program KUR Syariah menjadi salah satu wujud dari upaya tersebut, dengan memberikan akses pembiayaan yang lebih mudah dan terjangkau bagi UMKM. Selain itu, kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam operasional lembaga keuangan seperti Pegadaian juga menjadi penting dalam memastikan bahwa produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, pengembangan dan penerapan produk

KUR Syariah menjadi langkah yang tepat dalam mendukung pertumbuhan UMKM serta penguatan sektor ekonomi mikro di Indonesia.

Penerapan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*) dalam memahami perilaku nasabah terkait pembiayaan KUR Syariah. Model TPB menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan. Dalam konteks ini, pemahaman tentang keberadaan program KUR Syariah dan kemudahan aksesnya (sikap), dukungan dari lingkungan sekitar terhadap penggunaan produk ini (norma subjektif), dan persepsi terhadap kemampuan untuk mengakses dan menggunakan produk ini (kendali perilaku) akan memengaruhi keputusan nasabah untuk memanfaatkannya. Dengan demikian, melalui penelitian ini, dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku nasabah terkait pembiayaan KUR Syariah.

Implikasinya adalah bahwa Pegadaian dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan dan menyebarkan informasi tentang program KUR Syariah, serta meningkatkan norma subjektif yang mendukung penggunaannya. Dengan demikian, penerapan Model TPB dapat menjadi alat yang berguna dalam merancang kebijakan dan program yang bertujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi UMKM melalui produk-produk syariah.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Perilaku Nasabah Pembiayaan KUR Syariah dengan Model TPB (*Theory of Planned Behavior*)

dengan *Shariah Compliance* Sebagai Variabel Moderating, maka saran penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengingat pentingnya sikap positif terhadap produk pembiayaan KUR Syariah dalam memengaruhi intensi nasabah, diperlukan program penyuluhan dan edukasi yang terus-menerus. Program ini harus menasar pada pemahaman nilai-nilai dan manfaat produk keuangan syariah serta pentingnya ketaatan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaan keuangan.
2. Mendorong partisipasi aktif tokoh agama dan masyarakat lokal dalam mendukung pemahaman dan penggunaan produk pembiayaan KUR Syariah. Dukungan moral dari tokoh agama dan masyarakat lokal dapat memperkuat sikap positif terhadap produk keuangan syariah dan mempengaruhi intensi nasabah untuk menggunakannya.
3. Pentingnya transparansi dan keterbukaan informasi produk pembiayaan KUR Syariah untuk memperkuat persepsi kontrol perilaku positif. Pegadaian harus memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses tentang produk, syarat-syarat, serta manfaat bagi nasabah. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan nasabah dalam memilih produk tersebut.
4. Meskipun *shariah compliance* tidak efektif memoderasi dalam hubungan antara intensi dan perilaku nasabah, penting untuk terus mengembangkan program-program yang mempromosikan kesesuaian dengan prinsip-

prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan. Hal ini dapat memperkuat citra dan kepercayaan nasabah terhadap produk keuangan syariah.

5. Melakukan kerja sama dengan lembaga pendidikan tinggi dan pesantren untuk menyertakan pendidikan keuangan syariah dalam kurikulum mereka. Hal ini dapat membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip keuangan Islam dan memperkuat keterlibatan masyarakat dalam penggunaan produk keuangan syariah.
6. Untuk pemerintah, penting untuk meningkatkan kerjasama dengan industri keuangan syariah dan menguatkan regulasi yang mendukung pertumbuhan sektor ini. Kampanye publik dan program penyuluhan perlu diperkuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk keuangan syariah.
7. Sementara itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor pengaruh lainnya serta melakukan evaluasi terhadap efektivitas kebijakan yang telah diterapkan. Studi perbandingan antara perilaku penggunaan produk keuangan syariah dan konvensional juga penting untuk memperluas pemahaman tentang preferensi nasabah dan memandu perancangan kebijakan yang lebih efektif. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat memperkuat posisi industri keuangan syariah dan meningkatkan inklusivitas keuangan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rendy Syaid, dan Wanda Khairun Nasirin. "Types Of Linkages Between Islamic Bank Financing, Interest Rate And Economic Growth Factors: Evidance From Aceh Province With Granger Causality Test." *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business* 1, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.24952/bay.v1i2.6001>.
- Abid, Ali, dan Shang Jie. "Understanding farmers' decision-making to use Islamic finance through the lens of theory of planned behavior." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 4 (1 Januari 2022): 1084–1106. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2020-0324>.
- Afrin, Sadia, Muhammad Asyraf Bin Mohd Kassim, Mohd Faizal Yusof, Md. Sharif Hassan, Md. Aminul Islam, dan Khairun Nisa Binti Khairuddin. "Investigating the Determinants of Employee Performance for Sustainability: A Study on the Bangladesh Insurance Industry." *Sustainability* 15, no. 7 (24 Maret 2023): 5674. <https://doi.org/10.3390/su15075674>.
- Ahmed, Rizwan Raheem, Jolita Vveinhardt, Dalia Streimikiene, dan Vaida Pilinkiene. "Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers' Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing." *Inžinerinė Ekonomika* 30, no. 2 (2019): 236–45. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.30.2.21589>.
- Ajzen, Icek. *Attitudes, Personality and Behavior. Mapping social psychology*. New York: Open University Press, 2005.
- . "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions." *Italian Review of Agricultural Economics*, 12, Februari 2016, 121-138 Pages. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>.
- . "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 179–211. <https://doi.org/10.1016/0749-5978%2891%2990020-t>.
- Al Umar, Ahmad Ulil Albab, dan Joko Setyono. "Hijrah Intention and Customer Decisions to Use Islamic Banks: Development of Theory of Planned Behavior." *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (22 Mei 2023). <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.2243>.
- Al-Emran, Mostafa, Ibrahim Arpaci, dan Said A. Salloum. "An Empirical Examination of Continuous Intention to Use M-Learning: An Integrated Model." *Education and Information Technologies* 25, no. 4 (Juli 2020): 2899–2918. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-10094-2>.

- Ali, Afzaal, Mehkar Sherwani, Adnan Ali, Zeeshan Ali, dan Mariam Sherwani. "Investigating the Antecedents of Halal Brand Product Purchase Intention: An Empirical Investigation." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (2 September 2021): 1339–62. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0063>.
- Alzadjal, Majda Ayoub Juma, Mohd Fauzi Abu-Hussin, Maizaitulaidawati Md Husin, dan Mohd Yahya Mohd Hussin. "Moderating the Role of Religiosity on Potential Customer Intention to Deal with Islamic Banks in Oman." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 11 (30 November 2022): 2378–2402. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0150>.
- Amin, Hanudin, Abdul Rahim Abdul Rahman, Stephen Laison Sondoh, dan Ang Magdalene Chooi Hwa. "Determinants of Customers' Intention to Use Islamic Personal Financing: The Case of Malaysian Islamic Banks." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 2, no. 1 (19 April 2011): 22–42. <https://doi.org/10.1108/17590811111129490>.
- Amron, Amron, Usman Usman, dan Ali Mursid. "The Role of Electronic Word of Mouth, Conventional Media, and Subjective Norms on the Intention to Purchase Sharia Insurance Services." *Journal of Financial Services Marketing* 23, no. 3–4 (Desember 2018): 218–25. <https://doi.org/10.1057/s41264-018-0055-8>.
- Andespa, Roni, Yulia Hendri Yeni, Yudi Fernando, dan Dessy Kurnia Sari. "A Systematic Review of Customer Sharia Compliance Behaviour in Islamic Banks: Determinants and Behavioural Intention." *Journal of Islamic Marketing*, 19 Desember 2023. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181>.
- Anuraga, G., Sulistiyawan, E., & Munadhiroh, S. "Structural equation modeling – partial least square untuk pemodelan indeks pembangunan kesehatan masyarakat (ipkm) di jawa timur," 2017.
- Anwar, Hamid dan. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian*. Jakarta: PT. Inkubator Penulis Indonesia, 2019.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Armitage, C. J., dan M. Conner. "Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A Meta-Analytic Review." *The British Journal of Social Psychology* 40, no. Pt 4 (Desember 2001): 471–99. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>.
- Ashfahany, Afief El, Dinda Ayu Siti Mutmainah, dan Isman. "Why Non-Muslims Choose Islamic Banking. Extended Theory of Planned Behavior: A Moderating Factor of Islamic Bank Knowledge." *Banks and Bank Systems* 18, no. 3 (15 Agustus 2023): 112–25. [https://doi.org/10.21511/bbs.18\(3\).2023.10](https://doi.org/10.21511/bbs.18(3).2023.10).

- Aslam, Ejaz, Muhammad Saleem Ashraf, dan Anam Iqbal. "Impact of Corporate Image on Customer Loyalty of Islamic Banks: The Role of Religiosity, Collectivism, Sight Cues and CSR." *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 5 (4 April 2023): 1310–24. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0314>.
- Aziz, Shahab, Maizaitulaidawati Md Husin, Nazimah Hussin, dan Zahra Afaq. "Factors That Influence Individuals' Intentions to Purchase Family Takaful Mediating Role of Perceived Trust." *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 31, no. 1 (14 Januari 2019): 81–104. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2017-0311>.
- Baber, Hasnan, dan N M Baki Billah. "Fintech and Islamic Banks - an integrative model approach to predict the intentions." *Review of Applied Socio-Economic Research* 24, no. 2 (5 Desember 2022). <https://doi.org/10.54609/reaser.v24i2.215>.
- Bananuka, Juma, Musa Kasera, Grace Muganga Najjemba, Doreen Musimenta, Bob Ssekiziyivu, dan Saadat Nakyejwe Lubowa Kimuli. "Attitude: Mediator of Subjective Norm, Religiosity and Intention to Adopt Islamic Banking." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 1 (18 Mei 2019): 81–96. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0025>.
- Bin-Nashwan, Saeed Awadh, Hijattulah Abdul-Jabbar, Sophia F. Dziegielewski, dan Saliza Abdul Aziz. "Moderating Effect of Perceived Behavioral Control on Islamic Tax (Zakah) Compliance Behavior among Businessmen in Yemen." *Journal of Social Service Research* 47, no. 2 (4 Maret 2021): 292–302. <https://doi.org/10.1080/01488376.2020.1767260>.
- BPS Kabupaten Padang Lawas. *Padang Lawas Regency in Figures 2023*. Sibuhuan: BPS Kabupaten Padang Lawas, 2023.
- Cahyani, Utari Evy, Itsla Yunisva Aviva, dan Aisa Manilet. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Intensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Lembaga." *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 5, no. 1 (6 Juni 2019): 39–58. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v5i1.1331>.
- Daxini, Amar, Cathal O'Donoghue, Mary Ryan, Cathal Buckley, Andrew P. Barnes, dan Karen Daly. "Which Factors Influence Farmers' Intentions to Adopt Nutrient Management Planning?" *Journal of Environmental Management* 224 (Oktober 2018): 350–60. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2018.07.059>.
- Effendi, Ihsan, Miftahuddin Murad, Ahmad Rafiki, dan Mitra Musika Lubis. "The Application of the Theory of Reasoned Action on Services of Islamic Rural Banks in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 5 (8 Juni 2021): 951–76. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0051>.

- Ernawati, hermailini & Sulistiyowati. "Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile." *IKRA-ITH Informatika* 5, no. 18 (2021).
- Farhat, Kashif, Wajeeha Aslam, dan Bin Mohd. Mokhtar Sany Sanuri. "Predicting the Intention of Generation M to Choose Family Takaful and the Role of Halal Certification." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 3 (10 September 2019): 724–42. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2017-0143>.
- Fishbein, Martin, dan Icek Ajzen. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Hoboken: Taylor and Francis, 2011.
- Fitriani, Uswatun hasanah Nurul, Kharis Fadlullah Hana, dan Nurul Fitriani. "Analisis Penerapan Sharia Compliance Pada Produk Pembiayaan BSI KUR Mikro Di Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (30 Desember 2022): 144–58. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.142.144-158>.
- Gayatri, Gita, Yeshika Alversia, dan Rifelly Dewi Astuti. "The Influence of Attitude And Subjective Norms On Student's (Future) Intention and Future Decision Of Higher Level Studies: A Case Study of Five Universities with BHMN Status in Indonesia." *ASEAN Marketing Journal* 2, no. 1 (16 Oktober 2013). <https://doi.org/10.21002/amj.v2i1.1991>.
- Ghazali, Ezlika M., Dilip S. Mutum, Muhammad Waqas, Bang Nguyen, dan Nur Azureen Ahmad-Tarmizi. "Restaurant Choice and Religious Obligation in the Absence of Halal Logo: A Serial Mediation Model." *International Journal of Hospitality Management* 101 (Februari 2022): 103109. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103109>.
- Ghozali, Imam. *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. 4 ed. Semarang: Badan Penelitian Universitas Depongoro, 2014.
- Gilal, Faheem Gul, Aamir Ali Gopang, Rukhsana Gul Gilal, dan Naeem Gul Gilal. "Exploring Determinants of Consumer Purchase Intention of Halal Labelled Food: Marketing from the Islamic Perspective." *International Journal of Technology, Policy and Management* 22, no. 4 (2022): 271. <https://doi.org/10.1504/IJTPM.2022.126136>.
- Grandon, Elizabeth E., dan Peter P. Mykytyn Jr. "Theory-Based Instrumentation to Measure the Intention to Use Electronic Commerce in Small and Medium Sized Businesses." *Journal of Computer Information Systems* 44, no. 3 (1 Maret 2004): 44–57. <https://doi.org/10.1080/08874417.2004.11647581>.

- Grandon, Elizabeth, dan Peter Mykytyn. "Developing An Instrument To Measure The Intention To Use Electronic Commerce In Small And Medium Sized Businesses In Chile." *Information Technology and Its Impact in Latin America*, 2002.
- Han, Heesup, dan Hae Jin Yoon. "Hotel Customers' Environmentally Responsible Behavioral Intention: Impact of Key Constructs on Decision in Green Consumerism." *International Journal of Hospitality Management* 45 (Februari 2015): 22–33. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.004>.
- Han, Zhonghua. "Adoption of Islamic Banking Services: Evidence from Western China." *International Journal of China Studies* 10, no. 1 (2019): 107–24.
- Haque, Ahasanul, S.M. Ferdous Azam, dan Naila Anwar Chowdhury. "Factors Affecting Purchase Behaviour of Shariah Compliant Hotels: A Study from Muslim Consumers' Perspective." *International Journal of Islamic Marketing and Branding* 4, no. 2 (2019): 104. <https://doi.org/10.1504/IJIMB.2019.104538>.
- Harahap, Darwis, dan Ibrahim Siregar. "Intention to save hajj at Indonesian Sharia Bank: a study based on theory of planned behavior." *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture* 33 (2023): 1549–59.
- Haron, Razali, dan Galad Mohamed Barre. "Application of *Tawarruq* in Islamic Banking Institutions in Somalia." *Qualitative Research in Financial Markets* 15, no. 5 (2 November 2023): 888–906. <https://doi.org/10.1108/QRFM-02-2022-0028>.
- Hasan, Hana Novita, dan Sentot Suciarto. "The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food Purchase Intention." *Journal of Management and Business Environment (JMBE)* 1, no. 2 (17 Januari 2020): 132–53. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i2.2260>.
- Hasan, Md. Bokhtiar, Mustafa Raza Rabbani, Tapan Sarker, Tanzila Akter, dan Shaikh Masrick Hasan. "Role of Risk Disclosure on Creditworthiness and Driving Forces of Risk Disclosure of Banks: Islamic vs Conventional Banks." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 16, no. 5 (1 Agustus 2023): 892–909. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2022-0008>.
- Hideur Nasser, Hideur Nasser. "The Fiqh Maxim 'Kharāj bil-Damān' as a Key Characteristic." *journal of king Abdulaziz University Islamic Economics* 35, no. 3 (1 Oktober 2022): 127–37. <https://doi.org/10.4197/Islec.35-3.9>.
- Hoque, Muhammad Nazmul, Muhammad Khalilur Rahman, Jamaliah Said, Farhana Begum, dan Mohammad Mainul Hossain. "What Factors Influence Customer Attitudes and Mindsets towards the Use of Services

and Products of Islamic Banks in Bangladesh?” *Sustainability* 14, no. 8 (14 April 2022): 4703. <https://doi.org/10.3390/su14084703>.

IDalamat.com. “PT Pegadaian (Persero) UPC Natal - Padang Lawas.” IDalamat.com, 2024. <https://idalamat.com/alamat/7321/pt-pegadaian-persero-upc-natal-padang-lawas>.

Imam Ghozali. *Struktural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Depongoro, 2014.

Irawan, Rini Larasati, dan Ratih Hurriyati. “The Effects of Subjective Norm on the Intention to Use of the Online Shopping Customers in Bandung,” 367–70. Atlantis Press, 2021. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.072>.

Izquierdo-Yusta, Alicia, María Pilar Martínez–Ruiz, dan Héctor Hugo Pérez–Villarreal. “Studying the Impact of Food Values, Subjective Norm and Brand Love on Behavioral Loyalty.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 65 (Maret 2022): 102885. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102885>.

Janah, Nasitotul, Fahmi Medias, dan Eko Kurniasih Pratiwi. “The Intention of Religious Leaders to Use Islamic Banking Services: The Case of Indonesia.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 9 (15 Juli 2020): 1786–1800. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0012>.

Kamble, Sachin, Angappa Gunasekaran, dan Himanshu Arha. “Understanding the Blockchain Technology Adoption in Supply Chains-Indian Context.” *International Journal of Production Research* 57, no. 7 (3 April 2019): 2009–33. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1518610>.

Kasri, Rahmatina Awaliah, Abdillah Ahsan, Dono Widiatmoko, dan Sri Rahayu Hijrah Hati. “Intention to Consume Halal Pharmaceutical Products: Evidence from Indonesia.” *Journal of Islamic Marketing* 14, no. 3 (10 Februari 2023): 735–56. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192>.

Lasut, Kezia A. S., Joy E. Tulung, dan Merinda H. C. Pandowo. “The Influence Of Attitude, Subjective Norm, And Perceived Behavioral Control On Customer Intentions Towards Sustainable Behavior (Study On Bank Sulutgo Manado).” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 1 (10 Januari 2022): 226–36. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37723>.

Lebdaoui, Hind, Youssef Chetioui, dan Tahar Harkat. “Propensity towards Islamic Banking among Non-Users: A Mixed-Methods Analysis.” *Journal of Financial Services Marketing*, 20 September 2022. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00178-5>.

- Li, Yi, dan Yangying Peng. "Influencer Marketing: Purchase Intention and Its Antecedents." *Marketing Intelligence & Planning* 39, no. 7 (30 September 2021): 960–78. <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2021-0104>.
- Liang, Yuli, Gwendolyn Hustvedt, dan Jasmine Miller. "Prioritizing Protection by Face Masks during COVID-19: The Application of Customer Open Innovation." *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8, no. 1 (Maret 2022): 43. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010043>.
- Maduku, Daniel K., dan Steven Mbeya. "Understanding Family Takaful Purchase Behaviour: The Roles of Religious Obligation and Gender." *Journal of Financial Services Marketing*, 4 Maret 2023. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00213-z>.
- Mehta, Pooja, Amarjit Kaur, Sandeep Singh, dan Minakshi Duggal Mehta. "'Sustainable Attitude' – a Modest Notion Creating a Tremendous Difference in the Glamorous Fast Fashion World: Investigating Moderating Effects." *Society and Business Review* 18, no. 4 (31 Oktober 2023): 549–71. <https://doi.org/10.1108/SBR-10-2021-0205>.
- Minbashrazgah, Morteza Maleki, Fatemeh Maleki, dan Maedeh Torabi. "Green Chicken Purchase Behavior: The Moderating Role of Price Transparency." *Management of Environmental Quality: An International Journal* 28, no. 6 (11 September 2017): 902–16. <https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2016-0093>.
- Mindra, Rachel, Juma Bananuka, Twaha Kaawaase, Rehma Namaganda, dan Juma Teko. "Attitude and Islamic Banking Adoption: Moderating Effects of Pricing of Conventional Bank Products and Social Influence." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 13, no. 3 (11 Maret 2022): 534–67. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0068>.
- Montaño, Daniel E., dan Danuta Kasprzyk. "Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model." Dalam *Health behavior: Theory, research, and practice*, 5th ed, 95–124. Hoboken, NJ, US: Jossey-Bass/Wiley, 2015.
- Morwitz, Vicki G., Joel H. Steckel, dan Alok Gupta. "When do purchase intentions predict sales?" *International Journal of Forecasting* 23, no. 3 (1 Juli 2007): 347–64. <https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2007.05.015>.
- Newaz, Farhana Tahmida, Kim-Shyan Fam, dan Revti Raman Sharma. "Muslim Religiosity and Purchase Intention of Different Categories of Islamic Financial Products." *Journal of Financial Services Marketing* 21, no. 2 (Juni 2016): 141–52. <https://doi.org/10.1057/fsm.2016.7>.

- Osman, Ismah, Sharifah Faigah Syed Alwi, Mohsin Abdur Rehman, Ruhaini Muda, Faridah Hassan, Rohail Hassan, dan Hasni Abdullah. "The Dilemma of Millennial Muslims towards Financial Management: An Islamic Financial Literacy Perspective." *Journal of Islamic Marketing* 15, no. 1 (4 Januari 2024): 59–78. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0283>.
- Panggi, Faizah, Hanudin Amin, dan Imran Mehboob Shaikh. "Determinants of Millennials' Acceptance towards Tawarruq Home Financing in Sandakan, Sabah, Malaysia." *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 7 Desember 2022. <https://doi.org/10.1108/IJHMA-05-2022-0067>.
- Peña-García, Nathalie, Irene Gil-Saura, Augusto Rodríguez-Orejuela, dan José Ribamar Siqueira-Junior. "Purchase Intention and Purchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach." *Heliyon* 6, no. 6 (1 Juni 2020): e04284. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>.
- Pratama, Abdul Aziz Nugraha, M. Luthfi Hamidi, dan Edi Cahyono. "The Effect of Halal Brand Awareness on Purchase Intention in Indonesia: The Mediating Role of Attitude." *Cogent Business & Management* 10, no. 1 (31 Desember 2023): 2168510. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2168510>.
- Pratiwi, Eva Fauzia Dian, Imam Subekti, dan Aulia Fuad. "Determinan Perilaku Nasabah Pengguna Mobile Banking: Model Decomposed Theory Of Planned Behavior." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 19, no. 3 (6 September 2018): 378–96. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i3.131>.
- Purwanto, Purwanto, Irwan Abdullah, Abdul Ghofur, Shodiq Abdullah, dan Misbah Zulfa Elizabeth. "Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation: an extension of the theory of planned behaviour." *Cogent Business & Management* 9, no. 1 (31 Desember 2022): 2087466. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>.
- Rahi, Samar, Mazuri Abd. Ghani, Feras Mi Alnaser, dan Abdul Hafaz Ngah. "Investigating the role of unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) in internet banking adoption context." *Management Science Letters*, 2018, 173–86. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.1.001>.
- Ramadani, Orin Verawati, Abd Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi. "Analisis Pengaruh Syariah Compliance dan Assurance terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah di Kabupaten Merauke." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 2 (1 Desember 2018): 349–75. <https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.2.2662>.

- Rapi, Muh Zul Hazmi, dan Salina Kassim. "Perception and intention to participate in microtakaful scheme among Indonesians: an application of Ajzen's theory of planned behavior." *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* 9, no. 1 (28 Februari 2023). <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i1.1615>.
- Raza, Syed Ali, Rehan Ahmed, Muhammad Ali, dan Muhammad Asif Qureshi. "Influential Factors of Islamic Insurance Adoption: An Extension of Theory of Planned Behavior." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (3 Oktober 2019): 1497–1515. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0047>.
- Ru, Xingjun, Shanyong Wang, dan Shuai Yan. "Exploring the Effects of Normative Factors and Perceived Behavioral Control on Individual's Energy-Saving Intention: An Empirical Study in Eastern China." *Resources, Conservation and Recycling* 134 (Juli 2018): 91–99. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.03.001>.
- Saad, Ram Al Jaffri, Aidi Ahmi, Norfaiezah Sawandi, dan Norazita Marina Abdul Aziz. "Zakat Administration Reformation towards an Effective and Efficient Zakat Revenue Generation." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 8 (22 November 2023): 1232–60. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2021-0151>.
- Sadallah, Mouad, Hijattulah Abdul-Jabbar, Saeed Awadh Bin-Nashwan, dan Saliza Abdul Abdul Aziz. "Alms Tax (ZAKAT) Compliance Intention among Entrepreneurs from a Social Cognitive Perspective: The Moderating Role of Knowledge." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 8 (22 November 2023): 1133–51. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2022-0104>.
- Saeed, Munazza, Fadila Grine, dan Imran Shafique. "Integrating Factors Influencing Hijab Purchase Intention among Muslim Women." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 1 (9 Januari 2021): 95–112. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0194>.
- Salman, Syed Ahmed, Hafiz Majdi Ab. Rashid, dan Sheila Nu Nu Htay. "The Impact of Internal Forces on Acceptance of Takaful by Insurance Policy-Holders in India." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 9, no. 5 (8 Oktober 2018): 673–86. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2016-0027>.
- Samad, Sarminah, Muhammad Kashif, Shanika Wijeneyake, dan Michela Mingione. "Islamic religiosity and ethical intentions of Islamic bank managers: rethinking theory of planned behaviour." *Journal of Islamic Marketing*, no. Query date: 2022-11-22 18:22:58 (2021). <https://doi.org/10.1108/jima-02-2020-0042>.

- Saygılı, Metin, Sedat Durmuşkaya, Nihal Sütütemiz, dan Ahmet Yağmur Ersoy. "Determining Intention to Choose Islamic Financial Products Using the Attitude–Social Influence–Self-Efficacy (ASE) Model: The Case of Turkey." *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management* 15, no. 6 (25 November 2022): 1109–26. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2020-0569>.
- Shah, Naimatullah, Mitho Khan Bhatti, Sadia Anwar, dan Bahadur Ali Soomro. "Intention to Adopt Islamic Finance through the Mediation of Attitudes towards Islamic Finance." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 6 (15 Agustus 2023): 931–51. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2022-0205>.
- Shahbaz, Muhammad Saeed, Mudaser Javaid, Syed Hasnain Alam Kazmi, dan Qamar Abbas. "Marketing Advantages and Sustainable Competitiveness through Branding for the Supply Chain of Islamic Country." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 7 (23 Mei 2022): 1479–91. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0094>.
- Shaikh, Imran Mehboob, Kamaruzaman Bin Noordin, Sindhia Arijo, Fawad Shaikh, dan Ahmed Alsharief. "Predicting Customers' Adoption towards Family *Takaful* Scheme in Pakistan Using Diffusion Theory of Innovation." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (11 Desember 2019): 1761–76. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0037>.
- Sherwani, Mehkar, Afzaal Ali, Adnan Ali, Sikandar Hussain, dan Habib Gul Zadrán. "Determinants of Muslim Consumers' Halal Meat Consumption: Applying and Extending the *Theory of Planned Behavior*." *Journal of Food Products Marketing* 24, no. 8 (17 November 2018): 960–81. <https://doi.org/10.1080/10454446.2018.1450173>.
- Siregar, Budi gautama, dan Aswadi Lubis. "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)* 6, no. 2 (13 November 2022): 78–91. <https://doi.org/10.33059/jensi.v6i2.6079>.
- Soemitra, Andri. *Bank dan lembaga keuangan syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Sulaiman, Yaty, Maria Abdul Rahman, dan Nik Kamariah Nik Mat. "The Conceptual Paper on Service Quality and Business Zakat Compliance Behaviour among SMEs in Kedah." *Journal of Accounting, Business and Finance Research* 5, no. 1 (2019): 23–28. <https://doi.org/10.20448/2002.51.23.28>.
- Suyikyo, Dwi. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Jakarta: ISBN, 2009.

- Ulker-Demirel, Elif, dan Gulsel Ciftci. "A Systematic Literature Review of the Theory of Planned Behavior in Tourism, Leisure and Hospitality Management Research." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 43 (Juni 2020): 209–19. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>.
- Wan, Calvin, Geoffrey Qiping Shen, dan Stella Choi. "Experiential and Instrumental Attitudes: Interaction Effect of Attitude and Subjective Norm on Recycling Intention." *Journal of Environmental Psychology* 50 (Juni 2017): 69–79. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.02.006>.
- Wijaya, Ibrahim Fatwa, Catur Sugiarto, Nielya Nofandrilla, dan Amru Sukmajati. "Religiosity and Depositor Funds: Evidence from Islamic Banks in Indonesia." *Journal of Financial Services Marketing*, 16 Februari 2023. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00214-y>.
- Yi*, Guo, dan Tian Zhongkai. "Examining Factors Influencing Customer Intention to Use Islamic Home Financing: A Study in UTM." *The Journal of Social Sciences Research*, 2018, 648-653:2.
- Yousaf, Usman, Amjad Shamim, Hafsa Siddiqui, dan Maham Raina. "Studying the Influence of Entrepreneurial Attributes, Subjective Norms and Perceived Desirability on Entrepreneurial Intentions." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 7, no. 1 (2 Maret 2015): 23–34. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2014-0005>.
- Yusfiarto, Rizaldi, Septy Setia Nugraha, Lu'liyatul Mutmainah, Izra Berakon, Sunarsih Sunarsih, dan Achmad Nurdany. "Examining Islamic Capital Market Adoption from a Socio-Psychological Perspective and Islamic Financial Literacy." *Journal of Islamic Accounting and Business Research* 14, no. 4 (17 April 2023): 574–94. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0037>.

The logo of Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan is a stylized emblem. It features a central green archway with a yellow arch above it. Inside the green archway, there is a green cross-like shape and a small globe. The base of the logo consists of green, rounded, arch-like structures.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

“ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN KUR SYARIAH DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*) DENGAN *SHARIAH COMPLIANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERATING”

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yth. Bapak/Ibu Responden

Perkenalkan Saya Purnama Raya Sikumbang selaku mahasiswa Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya sedang melakukan penelitian studi akhir saya berupa Tesis dengan judul “ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN KUR SYARIAH DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*) DENGAN *SHARIAH COMPLIANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERATING”. Dengan rendah hati, saya memohon Bapak/Ibu berkenan membantu saya dan meluangkan waktu dengan mengisi angket penelitian ini untuk penyelesaian studi.

Saya menyampaikan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu.

Hormat saya,

Purnama Raya Sikumbang

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

**“ANALISIS PERILAKU NASABAH PEMBIAYAAN KUR SYARIAH
DENGAN MODEL TPB (*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR*) DENGAN
SHARIAH COMPLIANCE SEBAGAI VARIABEL MODERATING”**

A. Isian Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : 18-25 tahun
 26- 35 tahun
 36- 45 tahun
 46-55 tahun
 ≥ 55 tahun
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan Terakhir : SD
 SMP
 SMA
 Diploma
 Sarjana
 Pascasarjana

B. Petunjuk Pengisian

1. Pernyataan yang ada mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik baiknya serta diisi sesuai keadaan Saudara/i yang sebenarnya.
2. Mohon beri tanda \checkmark nomor yang Saudara/i anggap paling tepat mencerminkan persepsi Saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk jawaban Saudara/i.
3. Adapun skor jawaban atas pertanyaan yang ada adalah sebagai berikut:

Pernyataan Positif

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai 1
- 2) Tidak Setuju (TS) : Nilai 2
- 3) Kurang Setuju (KS) : Nilai 3
- 4) Setuju (S) : Nilai 4
- 5) Sangat Setuju (SS) : Nilai 5

Pernyataan Negatif

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai 5
- 2) Tidak Setuju (TS) : Nilai 4
- 3) Kurang Setuju (KS) : Nilai 3
- 4) Setuju (S) : Nilai 2
- 5) Sangat Setuju (SS) : Nilai 1

VARIABEL SIKAP (X1)

Pernyataan Angket	STS	TS	KS	S	SS
1. Saya percaya memilih pembiayaan KUR Syariah adalah keputusan yang bijaksana.					
2. Saya percaya memilih pembiayaan KUR Syariah adalah ide yang baik.					
3. Saya merasa tidak tertarik memilih pembiayaan KUR Syariah.					
4. Saya menyukai ide memilih pembiayaan KUR Syariah.					
5. Saya percaya menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah akan memberikan manfaat finansial yang baik bagi saya.					
6. Saya percaya menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah akan memberikan manfaat jangka panjang bagi saya.					
7. Saya percaya menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah akan memberikan ketenangan pikiran bagi saya.					
8. Saya percaya menggunakan produk pembiayaan KUR Syariah akan memberikan nilai tambah bagi keuangan saya.					

VARIABEL NORMA SUBJEKTIF (X2)

Pernyataan Angket	STS	TS	KS	S	SS
1. Mayoritas orang yang penting bagi saya berpikir bahwa memilih produk pembiayaan KUR Syariah adalah keputusan yang bijaksana.					
2. Mayoritas orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya seharusnya memilih produk pembiayaan KUR Syariah.					
3. Mayoritas orang yang pendapatnya penting bagi saya akan senang dengan saya memilih kebijakan pembiayaan KUR Syariah.					
4. Mayoritas orang yang penting bagi saya akan senang dengan keputusan saya memilih pembiayaan KUR Syariah.					
5. Saya merasa terdorong untuk memilih produk pembiayaan KUR Syariah karena tekanan sosial dari orang-orang yang berpengaruh dalam hidup saya.					
6. Saya merasa terdorong untuk memilih produk pembiayaan KUR Syariah karena ingin memenuhi harapan orang-orang yang penting bagi saya.					

VARIABEL PERSEPSI KONTROL PERILAKU (X3)

Pernyataan Angket	STS	TS	KS	S	SS
1. Saya yakin dapat memilih produk pembiayaan KUR Syariah.					
2. Saya memiliki sumber daya untuk memilih produk pembiayaan KUR Syariah.					
3. Saya memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memilih produk pembiayaan KUR Syariah.					
4. Memilih pembiayaan KUR Syariah sepenuhnya dalam kendali saya.					
5. Saya merasa lingkungan sekitar memudahkan saya untuk memilih produk pembiayaan KUR Syariah.					
6. Saya percaya bahwa ada dukungan yang mencukupi dari orang lain untuk memilih produk pembiayaan KUR Syariah.					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

VARIABEL INTENSI NASABAH (X4/Y1)

Pernyataan Angket	STS	TS	KS	S	SS
1. Saya berniat untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah dalam waktu dekat.					
2. Saya berniat untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah untuk memberikan keamanan finansial kepada keluarga saya dalam waktu dekat.					
3. Saya berniat untuk secara rutin menggunakan pembiayaan KUR Syariah dalam waktu dekat.					
4. Saya merencanakan untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah dalam waktu dekat.					
5. Saya telah membuat rencana konkret untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
6. Saya telah menetapkan waktu kapan akan menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
7. Saya telah menyiapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
8. Saya berkomitmen untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah sesuai dengan rencana saya.					
9. Saya bertekad untuk memprioritaskan pembelian pembiayaan KUR Syariah dalam keuangan saya.					
10. Saya merasa yakin bahwa saya akan mematuhi keputusan untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					

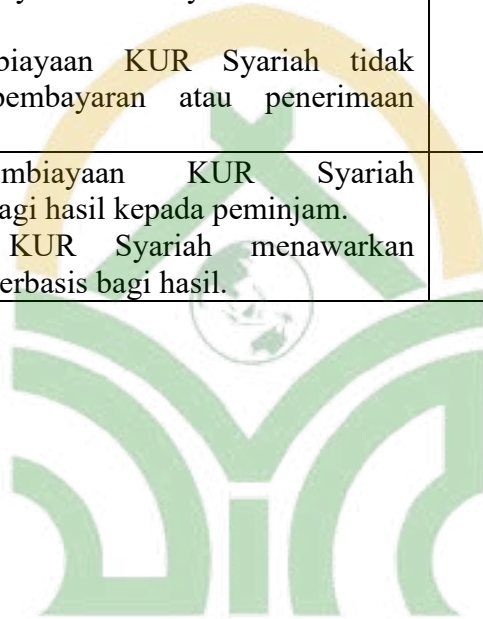
VARIABEL PERILAKU NASABAH (Y2)

Pernyataan Angket	STS	TS	KS	S	SS
1. Saya selalu memilih untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
2. Saya selalu memberikan prioritas untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
3. Saya lebih memilih untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah daripada produk keuangan lainnya.					
4. Saya selalu mempertimbangkan untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah sebelum produk keuangan lainnya.					
5. Saya sering memikirkan manfaat pembiayaan KUR Syariah bagi keuangan saya.					
6. Saya biasanya mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
7. Saya merasa didorong untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah oleh keluarga atau teman.					
8. Saya sering mendapat dorongan dari lingkungan sekitar untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah.					
9. Saya merasa dorongan kuat untuk menggunakan pembiayaan KUR Syariah dari sumber-sumber informasi seperti media sosial atau iklan.					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

VARIABEL SHARIAH COMPLIANCE (Z)

Pernyataan Angket	STS	TS	KS	S	SS
1. Produk Pembiayaan KUR Syariah sesuai dengan filosofi Islam tentang keuangan pribadi.					
2. Produk Pembiayaan KUR Syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam.					
3. Produk Pembiayaan KUR Syariah didasarkan pada Al-Quran dan Hadis.					
4. Produk Pembiayaan KUR Syariah bebas dari riba.					
5. Produk Pembiayaan KUR Syariah tidak melibatkan pembayaran atau penerimaan bunga.					
6. Produk Pembiayaan KUR Syariah memberikan bagi hasil kepada peminjam.					
7. Pembiayaan KUR Syariah menawarkan produk yang berbasis bagi hasil.					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	3	5	5	5	5	5	5
4	2	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
4	3	4	2	4	3	4	3	3	4
4	4	4	4	3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	5	4	4	3	2
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	5	3	4	5	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	5	4
4	4	4	4	2	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	2	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	2	2	5	5	4	4	4

4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	5	5	3	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
5	3	5	4	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	5	3	3	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	2	2	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	2	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	2	5	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
5	3	5	4	2	5	5	5	5	5
3	4	4	2	4	4	4	4	3	4
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	4	4	2	3	3	4	4	3	4
5	2	4	4	4	5	5	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	2	5	5	4	4	5
5	3	5	2	3	5	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4

4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	3	3	3	4	3	4	3
5	4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	4	3	3	4	3	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4

4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	3	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	4
3	2	3	4	5	5	3	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	4	3	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2
4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	3	4	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	4	5

3	4	3	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3	4
5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	3	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5
5	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	3	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	4	4	3	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	2
4	4	4	5	5	5	4	5	5
5	4	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	5	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4

5	5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	4	4	4	3
4	4	4	5	5	5	4	5	5
4	3	4	4	3	4	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	3	4	3	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	3	3
5	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	4	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	5	5	5	5
4	5	3	4	4	5	1	1	5
5	4	4	4	2	3	4	4	2
4	4	4	5	3	4	4	4	4
5	5	5	4	3	3	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	2	3	4	4	3
4	4	4	2	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4

4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	2	4	3
5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	5	5
4	4	4	4	5	4	5
4	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	3
4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	2	4	3
5	4	5	4	3	3	3
4	3	3	4	4	3	4
4	3	3	4	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3
4	3	4	4	3	4	3
5	4	4	2	2	4	4
4	3	3	4	4	3	4
3	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	3	3	3
4	1	1	1	1	1	1
4	2	2	2	2	2	2
4	3	4	4	3	4	2
4	5	5	5	4	4	3
5	4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4
5	3	3	4	4	3	3
4	3	3	2	4	3	4
4	2	2	2	2	2	2
4	5	5	4	4	5	1
5	2	2	2	2	2	2
4	3	3	3	3	2	2
5	1	1	1	1	1	1
5	3	3	4	4	3	3
4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	5
4	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	3	4	5

4	4	4	4	4	5	5
4	3	3	4	4	3	4
4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	5	3
4	3	4	4	3	4	3
5	4	4	3	4	5	3
4	4	4	4	4	5	4
4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	5
5	2	4	2	4	4	3
5	5	5	4	4	3	3
4	4	4	4	4	5	5
3	3	4	4	3	4	3
4	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	3	3	3
5	4	4	4	4	5	5
4	1	4	2	5	3	1
4	4	4	4	3	3	2
5	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5	5
4	4	3	3	2	4	4
4	4	3	3	2	4	4
5	5	5	4	4	5	3
4	2	2	2	2	2	4
4	2	2	2	2	2	2
4	3	3	4	3	5	5
3	3	4	4	4	3	3
4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	5	4
4	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	3	4	4
5	3	3	2	2	3	4
4	4	4	3	4	4	5
4	3	3	4	4	3	3
4	3	3	3	4	4	3
4	3	3	3	3	4	5
4	4	4	3	4	5	4
4	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	5	5
5	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4	2

5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4
5	3	4	4	4	3	4
4	2	3	4	4	5	4
4	3	4	3	4	4	5
3	4	3	3	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5
5	4	3	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	3
5	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
5	4	3	3	3	3	3
4	2	2	2	2	1	4
5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	2	3	4
4	3	3	3	3	4	5
4	5	5	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3
4	4	2	2	4	2	3
4	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4
5	2	2	2	2	2	2
5	4	4	3	4	2	3
4	5	5	5	5	4	4
4	2	2	2	2	3	3
4	2	2	2	2	3	3
5	3	3	2	2	3	3
4	3	3	2	2	3	3
5	4	4	4	4	4	1
5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3

4	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3
4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3
5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5
4	3	4	4	5	4	3
4	2	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	4	3	4
5	3	3	3	4	4	4
4	2	2	3	3	3	3
3	3	2	4	2	1	3
4	5	4	4	4	4	4
5	4	2	3	4	3	4
4	4	2	4	5	3	4
4	4	4	1	1	4	2
5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	5	4	4
4	4	4	5	5	5	5
4	3	4	4	5	4	3
5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	2	3	2	2
3	3	3	3	3	5	5
4	2	2	2	2	2	3
4	2	2	2	2	4	5
4	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2
4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4
4	2	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5

4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	3	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	4
4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	2	4
5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	3	2	2	3	4
5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	1	3	3	3
4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	3	4	3

5	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4	3
4	5	1	4	3	3	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5
4	3	4	3	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	3
4	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	2
4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	3
5	4	4	5	5	4	5	3
5	5	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	3	3	3	3	4	5
5	4	4	4	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	5
3	3	3	3	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4	4	3
5	5	4	5	5	5	4	2
5	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4	3
3	3	2	3	2	2	2	2
4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	3	4	4
4	5	4	5	4	4	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	5	3	3	3
2	2	3	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	2	4	2
4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	5
5	3	5	3	5	2	2	2
5	4	3	4	3	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4
3	3	3	3	3	2	4	4
3	3	2	3	2	2	2	2
3	5	2	5	2	2	1	1
3	5	2	5	2	2	1	1
2	4	4	4	4	3	3	4
3	5	4	5	4	3	4	4
5	3	3	3	3	3	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4
4	3	4	3	4	5	5	5
3	5	4	5	4	3	4	4
4	4	5	4	5	4	5	4
3	5	4	5	4	3	4	4
3	5	4	5	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	5	4	3	3	4
3	5	4	5	4	4	5	4
3	2	4	2	4	2	4	4
4	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4
5	3	5	3	5	3	3	2
2	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	2	4	3
5	2	3	2	3	1	4	3
4	4	5	4	5	3	4	4
2	2	3	2	3	3	3	3
2	2	3	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4

4	3	4	3	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	2	4
4	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	3	4	5	5	5
4	3	4	3	4	5	5	5
3	4	3	4	3	3	5	4
3	3	4	3	4	3	4	5
4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	2	4	2	3	3	4
5	4	2	4	2	4	4	5
4	5	4	5	4	4	4	5
3	4	4	4	4	3	4	3
2	4	4	4	4	2	2	4
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	2	4	4
4	3	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	3	4
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3	4
2	4	4	4	4	2	2	2
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	3	3	4
4	4	5	4	5	3	3	5

5. Tabel Data Variabel Norma Subjektif (X2) dan Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2-6	X3-1	X3-2	X3-3	X3-4	X3-5	X3-6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	2	4
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5

4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	1	4	4	5	1	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	4	4	2	3	3	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5
4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	2	3	3	3	3	3	5	5	4	4
4	3	4	5	4	3	4	3	2	4	5	5
3	3	3	4	4	4	3	5	3	2	4	4
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
3	3	3	3	4	4	2	5	3	4	4	4
5	5	5	2	5	5	5	2	5	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	4	3	4	5	5	3	5	5	5	5
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	2	3	3	3	5	5	5	5
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5
4	4	1	1	1	1	2	4	1	1	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
4	5	4	1	3	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	5	5
4	4	4	4	4	2	2	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4

4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5
5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
4	4	4	2	5	5	5	1	5	4	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	5	5	5	3	1	2	4	4
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	5	5
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	5	3	4	4	2	3	4	4
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4
3	4	5	1	2	4	1	4	4	1	5	5
2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5
4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5
4	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5
4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	5
5	5	4	3	4	3	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	5	5
3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	5	5
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5
4	3	4	4	2	3	4	3	2	3	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5
4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5
2	3	2	5	3	3	3	5	3	3	4	5
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4
3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	5	5	5	2	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	5	2	2	2	5	4	4	4	4	4
3	4	3	2	4	2	3	3	2	5	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3
2	3	2	5	3	3	3	5	3	3	4	4
1	5	2	2	3	3	3	3	3	3	5	4
1	5	2	2	3	3	3	3	3	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4

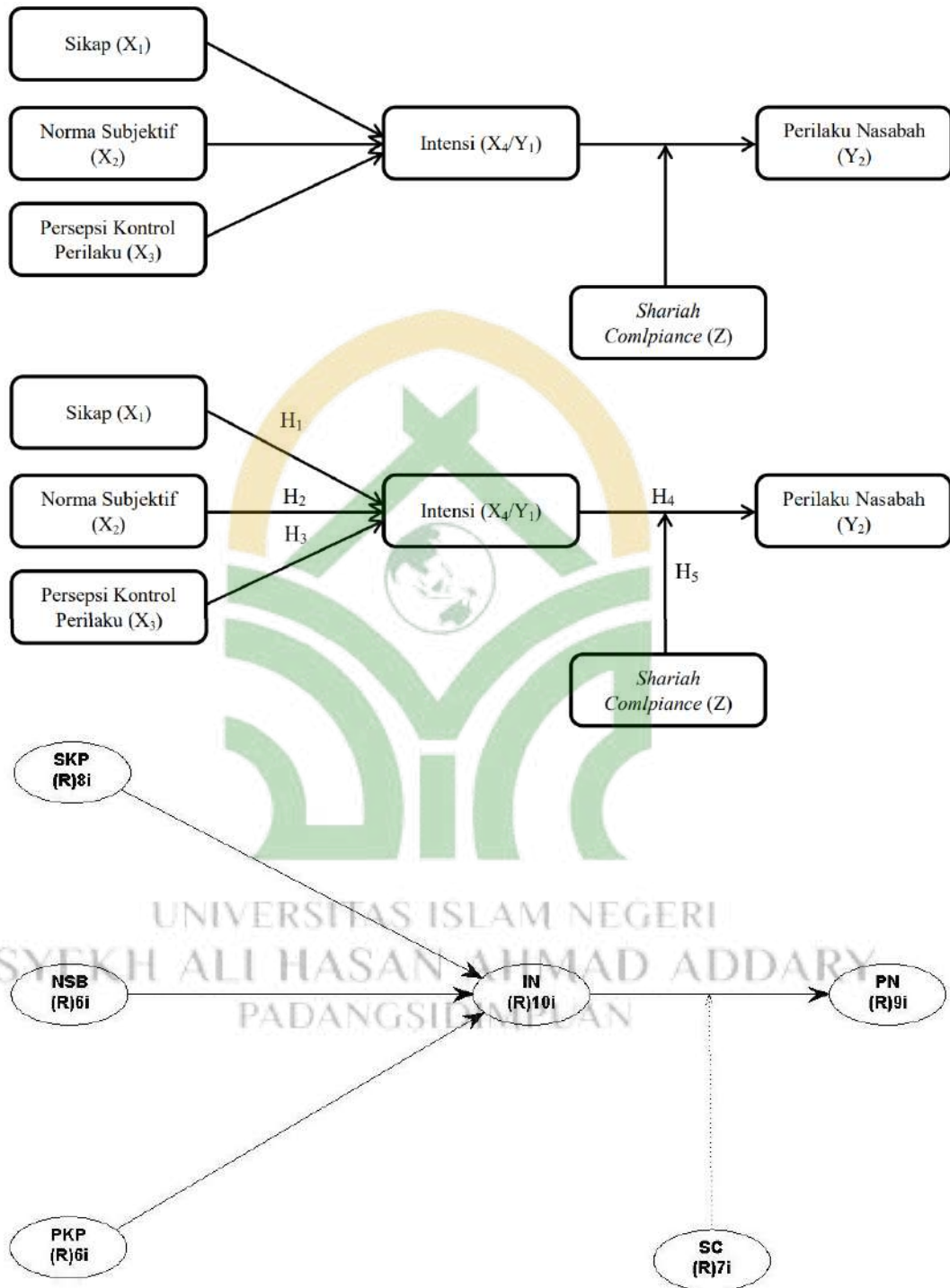
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5
5	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5
4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
4	3	5	4	3	5	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
2	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4
3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	4
2	2	3	1	3	4	4	2	3	2	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
2	2	3	3	3	2	5	5	5	5	5	4
2	2	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	3	3	4	3	4	3	2	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3
4	3	4	3	3	3	3	4	5	5	4	5
5	3	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4
4	4	3	3	4	5	3	4	5	5	4	4
5	3	4	4	3	3	5	3	5	5	5	4
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4
4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	5	5
4	4	2	3	4	5	4	4	4	5	3	3
5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5
3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	5
4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	5	5
3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4
3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4

3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	5
3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3
4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5
4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	3	2	4	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5

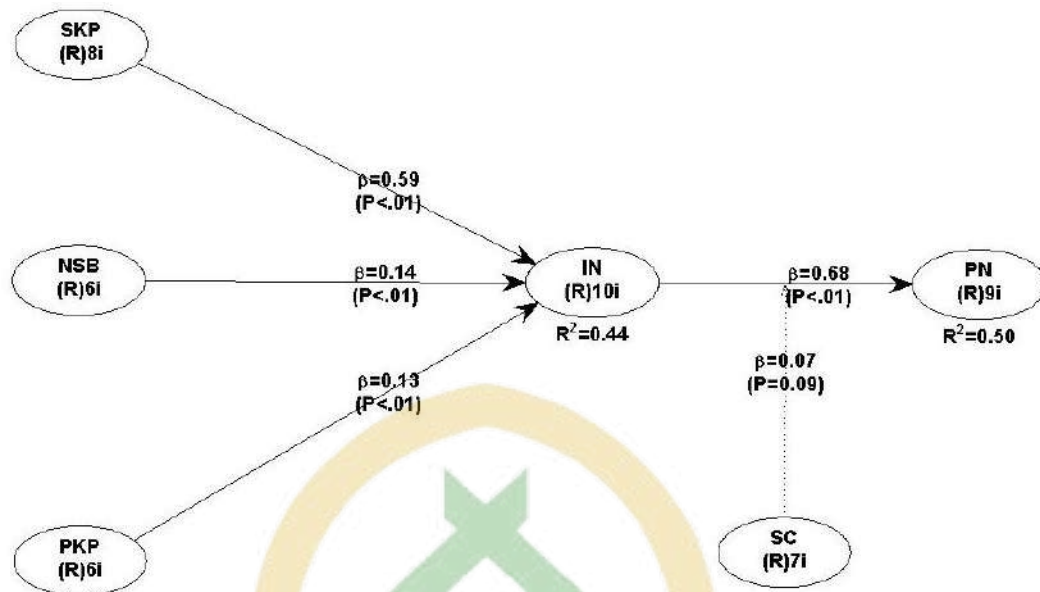


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Lampiran 3 Hasil Olah Data



HASIL UJI SEBELUM REDUKSI



Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.319, $P<0.001$

Average R-squared (ARS)=0.472, $P<0.001$

Average adjusted R-squared (AARS)=0.468, $P<0.001$

Average block VIF (AVIF)=2.246, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=2.717, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.554, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

General model elements

Missing data imputation algorithm: Arithmetic Mean Imputation

Outer model analysis algorithm: PLS Regression

Default inner model analysis algorithm: Warp3

Multiple inner model analysis algorithms used? No

Resampling method used in the analysis: Stable3

Number of data resamples used: 100

Number of cases (rows) in model data: 356

Number of latent variables in model: 6
 Number of indicators used in model: 46
 Number of iterations to obtain estimates: 10
 Range restriction variable type: None
 Range restriction variable: None
 Range restriction variable min value: 0.000
 Range restriction variable max value: 0.000
 Only ranked data used in analysis? No

* Path coefficients and P values *

Path coefficients

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.585	0.138	0.125	
PN	0.677						0.072

P values

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				<0.001	0.004	0.008	
PN	<0.001						0.087

* Standard errors for path coefficients *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.049	0.052	0.052	
PN	0.048						0.052

* Effect sizes for path coefficients *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.333	0.057	0.055	

PN 0.476

0.022

* Combined loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN	Type (a)	SE
	P value								
Y1-1	0.716	-0.084	-0.013	0.083	-0.082	-0.074	0.048	Reflect	0.048 <0.001
Y1-2	0.680	-0.075	-0.110	-0.113	0.048	0.209	-0.064	Reflect	0.048 <0.001
Y1-3	0.767	-0.225	0.017	0.265	-0.330	0.183	-0.009	Reflect	0.047 <0.001
Y1-4	0.687	-0.012	0.168	-0.091	-0.031	0.034	-0.063	Reflect	0.048 <0.001
Y1-5	0.683	-0.131	0.547	-0.275	-0.037	-0.144	0.110	Reflect	0.048 <0.001
Y1-6	0.760	-0.072	0.012	0.077	-0.156	-0.056	0.072	Reflect	0.048 <0.001
Y1-7	0.735	0.086	-0.277	0.014	0.083	0.029	-0.028	Reflect	0.048 <0.001
Y1-8	0.750	0.080	-0.118	0.061	0.209	-0.159	0.011	Reflect	0.048 <0.001
Y1-9	0.798	0.167	-0.130	-0.023	0.208	-0.009	-0.037	Reflect	0.047 <0.001
Y1-10	0.719	0.251	-0.049	-0.042	0.084	-0.011	-0.038	Reflect	0.048 <0.001
Y2-1	0.691	0.623	-0.062	-0.006	0.041	0.070	-0.099	Reflect	0.048 <0.001
Y2-2	0.483	0.664	-0.114	-0.105	0.241	-0.020	-0.006	Reflect	0.048 <0.001
Y2-3	0.510	0.699	0.008	0.116	-0.145	0.102	-0.008	Reflect	0.048 <0.001
Y2-4	-0.267	0.850	0.079	-0.005	-0.148	0.046	0.010	Reflect	0.047 <0.001
Y2-5	-0.226	0.824	0.111	-0.094	0.150	-0.202	0.006	Reflect	0.047 <0.001
Y2-6	-0.362	0.773	0.000	0.081	-0.148	-0.012	0.062	Reflect	0.047 <0.001
Y2-7	-0.075	0.801	-0.127	-0.047	0.250	-0.020	-0.006	Reflect	0.047 <0.001
Y2-8	-0.121	0.809	0.104	-0.065	-0.004	-0.083	0.029	Reflect	0.047 <0.001
Y2-9	-0.313	0.820	-0.040	0.125	-0.201	0.142	-0.010	Reflect	0.047 <0.001
Z1	-0.290	0.972	0.348	0.085	-0.276	0.195	0.077	Reflect	0.050 <0.001
Z2	0.032	-0.043	0.889	0.040	-0.181	0.181	-0.096	Reflect	0.047 <0.001
Z3	0.053	-0.115	0.894	0.100	0.097	-0.146	-0.048	Reflect	0.047 <0.001
Z4	0.041	-0.104	0.914	0.012	-0.112	-0.073	-0.016	Reflect	0.046 <0.001
Z5	0.012	-0.035	0.891	-0.030	-0.011	-0.014	-0.008	Reflect	0.047 <0.001
Z6	-0.029	-0.081	0.878	0.006	0.179	0.010	0.008	Reflect	0.047 <0.001
Z7	0.003	0.001	0.788	-0.182	0.158	-0.036	0.149	Reflect	0.047 <0.001
X1-1	-0.124	0.119	0.171	0.695	-0.324	0.004	0.149	Reflect	0.048 <0.001
X1-2	0.052	0.057	-0.089	0.769	0.381	-0.364	-0.008	Reflect	0.047 <0.001
X1-3	0.019	0.083	-0.031	0.805	0.074	-0.061	-0.039	Reflect	0.047 <0.001
X1-4	0.063	0.021	-0.243	0.761	0.448	-0.305	-0.004	Reflect	0.047 <0.001
X1-5	-0.016	0.086	-0.105	0.812	0.065	0.018	-0.140	Reflect	0.047 <0.001
X1-6	-0.040	-0.072	0.204	0.834	-0.413	0.156	-0.011	Reflect	0.047 <0.001
X1-7	0.046	-0.140	-0.060	0.777	-0.385	0.336	-0.010	Reflect	0.047 <0.001
X1-8	-0.011	-0.168	0.184	0.654	0.188	0.233	0.105	Reflect	0.048 <0.001
X2-1	-0.040	-0.167	-0.001	0.419	0.811	0.212	-0.035	Reflect	0.047 <0.001

X2-2	0.030	-0.029	0.070	0.003	0.845	-0.131	-0.056	Reflect	0.047	<0.001
X2-3	-0.002	0.065	0.015	-0.027	0.868	0.049	-0.047	Reflect	0.047	<0.001
X2-4	-0.028	0.077	-0.174	0.047	0.620	-0.052	0.170	Reflect	0.048	<0.001
X2-5	0.019	0.017	-0.014	-0.175	0.874	-0.042	-0.012	Reflect	0.047	<0.001
X2-6	0.011	0.045	0.056	-0.222	0.880	-0.039	0.025	Reflect	0.047	<0.001
X3-1	-0.076	0.131	0.258	-0.257	0.442	0.809	0.038	Reflect	0.047	<0.001
X3-2	-0.076	0.081	-0.024	-0.038	0.172	0.757	0.069	Reflect	0.048	<0.001
X3-3	-0.112	-0.046	0.010	0.068	-0.080	0.874	-0.000	Reflect	0.047	<0.001
X3-4	-0.014	-0.145	0.150	-0.001	-0.070	0.836	-0.011	Reflect	0.047	<0.001
X3-5	0.344	0.003	-0.509	0.201	-0.437	0.359	-0.114	Reflect	0.050	<0.001
X3-6	0.303	-0.021	-0.407	0.306	-0.584	0.347	-0.092	Reflect	0.050	<0.001
SC*IN	0.000	-0.000	-0.000	-0.000	0.000	-0.000	1.000	Reflect	0.046	<0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

 * Normalized combined loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.766	-0.105	-0.016	0.105	-0.104	-0.094	0.061
Y1-2	0.722	-0.092	-0.135	-0.139	0.060	0.258	-0.079
Y1-3	0.726	-0.230	0.018	0.271	-0.338	0.188	-0.009
Y1-4	0.677	-0.016	0.229	-0.124	-0.042	0.046	-0.086
Y1-5	0.628	-0.131	0.545	-0.274	-0.037	-0.144	0.110
Y1-6	0.772	-0.086	0.014	0.091	-0.185	-0.066	0.086
Y1-7	0.755	0.108	-0.348	0.018	0.105	0.037	-0.035
Y1-8	0.687	0.106	-0.158	0.081	0.279	-0.212	0.014
Y1-9	0.651	0.223	-0.174	-0.031	0.278	-0.011	-0.050
Y1-10	0.643	0.394	-0.077	-0.065	0.133	-0.017	-0.060
Y2-1	0.966	0.556	-0.087	-0.009	0.057	0.098	-0.139
Y2-2	0.748	0.596	-0.176	-0.163	0.374	-0.031	-0.010
Y2-3	0.837	0.583	0.014	0.190	-0.238	0.167	-0.013
Y2-4	-0.242	0.710	0.071	-0.005	-0.134	0.042	0.009
Y2-5	-0.209	0.693	0.103	-0.087	0.138	-0.186	0.005
Y2-6	-0.321	0.741	0.000	0.072	-0.131	-0.010	0.055
Y2-7	-0.083	0.651	-0.141	-0.053	0.277	-0.022	-0.007
Y2-8	-0.129	0.691	0.110	-0.069	-0.005	-0.088	0.031
Y2-9	-0.282	0.707	-0.036	0.113	-0.180	0.128	-0.009
Z1	-0.269	0.904	0.307	0.079	-0.257	0.181	0.072
Z2	0.034	-0.045	0.576	0.042	-0.189	0.189	-0.100

Z3	0.056	-0.122	0.580	0.107	0.104	-0.156	-0.052
Z4	0.037	-0.094	0.601	0.010	-0.101	-0.066	-0.015
Z5	0.013	-0.037	0.586	-0.032	-0.012	-0.014	-0.009
Z6	-0.037	-0.104	0.573	0.008	0.228	0.013	0.010
Z7	0.004	0.001	0.581	-0.227	0.196	-0.045	0.185
X1-1	-0.143	0.137	0.198	0.629	-0.375	0.004	0.173
X1-2	0.059	0.064	-0.100	0.632	0.426	-0.407	-0.009
X1-3	0.025	0.107	-0.040	0.611	0.095	-0.079	-0.051
X1-4	0.066	0.022	-0.255	0.645	0.470	-0.320	-0.005
X1-5	-0.019	0.101	-0.124	0.626	0.077	0.022	-0.166
X1-6	-0.037	-0.067	0.190	0.636	-0.384	0.145	-0.010
X1-7	0.042	-0.128	-0.054	0.644	-0.351	0.307	-0.009
X1-8	-0.020	-0.311	0.342	0.460	0.347	0.432	0.193
X2-1	-0.060	-0.250	-0.002	0.628	0.551	0.318	-0.053
X2-2	0.032	-0.031	0.075	0.003	0.582	-0.141	-0.060
X2-3	-0.002	0.079	0.018	-0.032	0.575	0.060	-0.057
X2-4	-0.036	0.101	-0.227	0.061	0.562	-0.069	0.222
X2-5	0.018	0.017	-0.013	-0.168	0.605	-0.040	-0.012
X2-6	0.011	0.045	0.055	-0.219	0.597	-0.039	0.025
X3-1	-0.113	0.194	0.381	-0.380	0.654	0.554	0.056
X3-2	-0.117	0.125	-0.038	-0.059	0.265	0.594	0.106
X3-3	-0.117	-0.048	0.011	0.071	-0.083	0.626	-0.001
X3-4	-0.017	-0.169	0.174	-0.002	-0.081	0.626	-0.012
X3-5	0.271	0.003	-0.402	0.159	-0.345	0.522	-0.090
X3-6	0.235	-0.016	-0.316	0.237	-0.454	0.506	-0.072
SC*IN	0.000	-0.000	-0.000	-0.000	0.000	-0.000	1.000

Note: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated, both after separate Kaiser normalizations.

* Pattern loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.776	-0.084	-0.013	0.083	-0.082	-0.074	0.048
Y1-2	0.760	-0.075	-0.110	-0.113	0.048	0.209	-0.064
Y1-3	0.829	-0.225	0.017	0.265	-0.330	0.183	-0.009
Y1-4	0.707	-0.012	0.168	-0.091	-0.031	0.034	-0.063
Y1-5	0.762	-0.131	0.547	-0.275	-0.037	-0.144	0.110
Y1-6	0.817	-0.072	0.012	0.077	-0.156	-0.056	0.072
Y1-7	0.736	0.086	-0.277	0.014	0.083	0.029	-0.028

Y1-8	0.686	0.080	-0.118	0.061	0.209	-0.159	0.011
Y1-9	0.684	0.167	-0.130	-0.023	0.208	-0.009	-0.037
Y1-10	0.574	0.251	-0.049	-0.042	0.084	-0.011	-0.038
Y2-1	0.691	0.118	-0.062	-0.006	0.041	0.070	-0.099
Y2-2	0.483	0.317	-0.114	-0.105	0.241	-0.020	-0.006
Y2-3	0.510	0.258	0.008	0.116	-0.145	0.102	-0.008
Y2-4	-0.267	1.058	0.079	-0.005	-0.148	0.046	0.010
Y2-5	-0.226	1.018	0.111	-0.094	0.150	-0.202	0.006
Y2-6	-0.362	1.052	0.000	0.081	-0.148	-0.012	0.062
Y2-7	-0.075	0.852	-0.127	-0.047	0.250	-0.020	-0.006
Y2-8	-0.121	0.920	0.104	-0.065	-0.004	-0.083	0.029
Y2-9	-0.313	1.029	-0.040	0.125	-0.201	0.142	-0.010
Z1	-0.290	0.972	0.027	0.085	-0.276	0.195	0.077
Z2	0.032	-0.043	0.915	0.040	-0.181	0.181	-0.096
Z3	0.053	-0.115	0.906	0.100	0.097	-0.146	-0.048
Z4	0.041	-0.104	1.095	0.012	-0.112	-0.073	-0.016
Z5	0.012	-0.035	0.942	-0.030	-0.011	-0.014	-0.008
Z6	-0.029	-0.081	0.759	0.006	0.179	0.010	0.008
Z7	0.003	0.001	0.752	-0.182	0.158	-0.036	0.149
X1-1	-0.124	0.119	0.171	0.747	-0.324	0.004	0.149
X1-2	0.052	0.057	-0.089	0.713	0.381	-0.364	-0.008
X1-3	0.019	0.083	-0.031	0.760	0.074	-0.061	-0.039
X1-4	0.063	0.021	-0.243	0.742	0.448	-0.305	-0.004
X1-5	-0.016	0.086	-0.105	0.822	0.065	0.018	-0.140
X1-6	-0.040	-0.072	0.204	0.957	-0.413	0.156	-0.011
X1-7	0.046	-0.140	-0.060	0.957	-0.385	0.336	-0.010
X1-8	-0.011	-0.168	0.184	0.359	0.188	0.233	0.105
X2-1	-0.040	-0.167	-0.001	0.419	0.440	0.212	-0.035
X2-2	0.030	-0.029	0.070	0.003	0.918	-0.131	-0.056
X2-3	-0.002	0.065	0.015	-0.027	0.817	0.049	-0.047
X2-4	-0.028	0.077	-0.174	0.047	0.718	-0.052	0.170
X2-5	0.019	0.017	-0.014	-0.175	1.025	-0.042	-0.012
X2-6	0.011	0.045	0.056	-0.222	0.983	-0.039	0.025
X3-1	-0.076	0.131	0.258	-0.257	0.442	0.324	0.038
X3-2	-0.076	0.081	-0.024	-0.038	0.172	0.610	0.069
X3-3	-0.112	-0.046	0.010	0.068	-0.080	0.944	-0.000
X3-4	-0.014	-0.145	0.150	-0.001	-0.070	0.829	-0.011
X3-5	0.344	0.003	-0.509	0.201	-0.437	0.992	-0.114
X3-6	0.303	-0.021	-0.407	0.306	-0.584	0.979	-0.092
SC*IN	0.000	-0.000	-0.000	-0.000	0.000	-0.000	1.000

Note: Loadings and cross-loadings are oblique-rotated.

* Normalized pattern loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.977	-0.105	-0.016	0.105	-0.104	-0.094	0.061
Y1-2	0.937	-0.092	-0.135	-0.139	0.060	0.258	-0.079
Y1-3	0.850	-0.230	0.018	0.271	-0.338	0.188	-0.009
Y1-4	0.960	-0.016	0.229	-0.124	-0.042	0.046	-0.086
Y1-5	0.759	-0.131	0.545	-0.274	-0.037	-0.144	0.110
Y1-6	0.969	-0.086	0.014	0.091	-0.185	-0.066	0.086
Y1-7	0.924	0.108	-0.348	0.018	0.105	0.037	-0.035
Y1-8	0.913	0.106	-0.158	0.081	0.279	-0.212	0.014
Y1-9	0.916	0.223	-0.174	-0.031	0.278	-0.011	-0.050
Y1-10	0.902	0.394	-0.077	-0.065	0.133	-0.017	-0.060
Y2-1	0.966	0.165	-0.087	-0.009	0.057	0.098	-0.139
Y2-2	0.748	0.492	-0.176	-0.163	0.374	-0.031	-0.010
Y2-3	0.837	0.423	0.014	0.190	-0.238	0.167	-0.013
Y2-4	-0.242	0.957	0.071	-0.005	-0.134	0.042	0.009
Y2-5	-0.209	0.940	0.103	-0.087	0.138	-0.186	0.005
Y2-6	-0.321	0.934	0.000	0.072	-0.131	-0.010	0.055
Y2-7	-0.083	0.945	-0.141	-0.053	0.277	-0.022	-0.007
Y2-8	-0.129	0.979	0.110	-0.069	-0.005	-0.088	0.031
Y2-9	-0.282	0.926	-0.036	0.113	-0.180	0.128	-0.009
Z1	-0.269	0.904	0.025	0.079	-0.257	0.181	0.072
Z2	0.034	-0.045	0.956	0.042	-0.189	0.189	-0.100
Z3	0.056	-0.122	0.966	0.107	0.104	-0.156	-0.052
Z4	0.037	-0.094	0.987	0.010	-0.101	-0.066	-0.015
Z5	0.013	-0.037	0.999	-0.032	-0.012	-0.014	-0.009
Z6	-0.037	-0.104	0.967	0.008	0.228	0.013	0.010
Z7	0.004	0.001	0.935	-0.227	0.196	-0.045	0.185
X1-1	-0.143	0.137	0.198	0.866	-0.375	0.004	0.173
X1-2	0.059	0.064	-0.100	0.797	0.426	-0.407	-0.009
X1-3	0.025	0.107	-0.040	0.984	0.095	-0.079	-0.051
X1-4	0.066	0.022	-0.255	0.779	0.470	-0.320	-0.005
X1-5	-0.019	0.101	-0.124	0.970	0.077	0.022	-0.166
X1-6	-0.037	-0.067	0.190	0.889	-0.384	0.145	-0.010
X1-7	0.042	-0.128	-0.054	0.873	-0.351	0.307	-0.009
X1-8	-0.020	-0.311	0.342	0.665	0.347	0.432	0.193
X2-1	-0.060	-0.250	-0.002	0.628	0.659	0.318	-0.053
X2-2	0.032	-0.031	0.075	0.003	0.984	-0.141	-0.060
X2-3	-0.002	0.079	0.018	-0.032	0.993	0.060	-0.057

X2-4	-0.036	0.101	-0.227	0.061	0.938	-0.069	0.222
X2-5	0.018	0.017	-0.013	-0.168	0.985	-0.040	-0.012
X2-6	0.011	0.045	0.055	-0.219	0.972	-0.039	0.025
X3-1	-0.113	0.194	0.381	-0.380	0.654	0.479	0.056
X3-2	-0.117	0.125	-0.038	-0.059	0.265	0.940	0.106
X3-3	-0.117	-0.048	0.011	0.071	-0.083	0.986	-0.001
X3-4	-0.017	-0.169	0.174	-0.002	-0.081	0.967	-0.012
X3-5	0.271	0.003	-0.402	0.159	-0.345	0.783	-0.090
X3-6	0.235	-0.016	-0.316	0.237	-0.454	0.760	-0.072
SC*IN	0.000	-0.000	-0.000	-0.000	0.000	-0.000	1.000

Note: Loadings and cross-loadings shown are after oblique rotation and Kaiser normalization.

* Structure loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.716	0.453	0.163	0.301	0.111	0.115	0.113
Y1-2	0.680	0.428	0.237	0.258	0.213	0.259	0.084
Y1-3	0.767	0.468	0.233	0.395	0.166	0.229	0.138
Y1-4	0.708	0.495	0.307	0.327	0.242	0.282	0.088
Y1-5	0.683	0.443	0.427	0.305	0.316	0.327	0.199
Y1-6	0.760	0.481	0.160	0.307	0.093	0.119	0.133
Y1-7	0.735	0.524	0.120	0.291	0.100	0.132	0.074
Y1-8	0.750	0.551	0.243	0.401	0.221	0.207	0.116
Y1-9	0.798	0.633	0.316	0.427	0.294	0.294	0.112
Y1-10	0.719	0.627	0.275	0.374	0.227	0.243	0.115
Y2-1	0.721	0.623	0.279	0.380	0.234	0.260	0.068
Y2-2	0.629	0.664	0.299	0.378	0.279	0.280	0.126
Y2-3	0.694	0.699	0.313	0.457	0.236	0.283	0.156
Y2-4	0.493	0.850	0.340	0.438	0.261	0.276	0.124
Y2-5	0.477	0.824	0.370	0.436	0.310	0.265	0.113
Y2-6	0.403	0.773	0.258	0.405	0.194	0.197	0.146
Y2-7	0.523	0.801	0.366	0.467	0.350	0.326	0.131
Y2-8	0.516	0.809	0.343	0.426	0.256	0.260	0.137
Y2-9	0.465	0.820	0.306	0.459	0.243	0.275	0.127
Z1	0.452	0.751	0.348	0.443	0.251	0.311	0.191
Z2	0.315	0.369	0.889	0.551	0.718	0.709	0.197
Z3	0.296	0.340	0.894	0.593	0.761	0.635	0.208
Z4	0.288	0.327	0.914	0.539	0.721	0.654	0.230

Z5	0.285	0.339	0.891	0.522	0.737	0.671	0.237
Z6	0.224	0.295	0.878	0.538	0.775	0.700	0.242
Z7	0.227	0.280	0.788	0.421	0.670	0.620	0.281
X1-1	0.312	0.421	0.406	0.695	0.366	0.308	0.263
X1-2	0.375	0.445	0.447	0.769	0.482	0.298	0.175
X1-3	0.413	0.500	0.485	0.805	0.498	0.382	0.201
X1-4	0.358	0.415	0.411	0.761	0.474	0.293	0.178
X1-5	0.399	0.489	0.465	0.812	0.497	0.377	0.133
X1-6	0.361	0.436	0.518	0.834	0.470	0.404	0.225
X1-7	0.370	0.403	0.423	0.777	0.424	0.385	0.218
X1-8	0.236	0.286	0.675	0.654	0.704	0.635	0.323
X2-1	0.218	0.267	0.688	0.663	0.811	0.653	0.223
X2-2	0.229	0.281	0.718	0.544	0.845	0.648	0.173
X2-3	0.268	0.339	0.725	0.549	0.868	0.687	0.201
X2-4	0.199	0.263	0.494	0.439	0.620	0.477	0.244
X2-5	0.203	0.260	0.710	0.470	0.874	0.670	0.197
X2-6	0.215	0.283	0.728	0.466	0.880	0.689	0.221
X3-1	0.213	0.305	0.731	0.409	0.755	0.809	0.258
X3-2	0.208	0.276	0.582	0.389	0.609	0.757	0.268
X3-3	0.166	0.229	0.641	0.414	0.663	0.874	0.288
X3-4	0.173	0.186	0.639	0.372	0.640	0.836	0.253
X3-5	0.378	0.305	0.157	0.218	0.158	0.359	0.099
X3-6	0.364	0.306	0.163	0.245	0.151	0.347	0.113
SC*IN	0.160	0.164	0.271	0.275	0.252	0.323	1.000

Note: Loadings and cross-loadings are unrotated.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH AHMAD AL-HASAN AHMAD ADDARY

 * Normalized structure loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.766	0.484	0.174	0.322	0.119	0.123	0.121
Y1-2	0.722	0.454	0.252	0.274	0.226	0.275	0.089
Y1-3	0.726	0.443	0.221	0.374	0.158	0.217	0.130
Y1-4	0.677	0.474	0.294	0.313	0.232	0.269	0.084
Y1-5	0.628	0.407	0.392	0.280	0.291	0.300	0.183
Y1-6	0.772	0.489	0.163	0.312	0.095	0.121	0.135
Y1-7	0.755	0.539	0.123	0.299	0.103	0.136	0.076
Y1-8	0.687	0.505	0.223	0.367	0.203	0.190	0.106
Y1-9	0.651	0.516	0.257	0.348	0.240	0.240	0.091
Y1-10	0.643	0.561	0.246	0.334	0.203	0.218	0.103

Y2-1	0.643	0.556	0.249	0.339	0.208	0.232	0.061
Y2-2	0.565	0.596	0.268	0.340	0.250	0.252	0.113
Y2-3	0.579	0.583	0.261	0.382	0.197	0.236	0.130
Y2-4	0.412	0.710	0.284	0.366	0.218	0.231	0.103
Y2-5	0.401	0.693	0.312	0.367	0.261	0.223	0.095
Y2-6	0.386	0.741	0.247	0.388	0.186	0.189	0.140
Y2-7	0.425	0.651	0.297	0.380	0.285	0.265	0.107
Y2-8	0.440	0.691	0.293	0.364	0.218	0.222	0.117
Y2-9	0.401	0.707	0.264	0.396	0.210	0.238	0.110
Z1	0.399	0.663	0.307	0.391	0.222	0.275	0.169
Z2	0.204	0.239	0.576	0.357	0.465	0.459	0.127
Z3	0.192	0.221	0.580	0.384	0.493	0.412	0.135
Z4	0.189	0.215	0.601	0.354	0.474	0.430	0.151
Z5	0.187	0.223	0.586	0.343	0.484	0.441	0.156
Z6	0.146	0.193	0.573	0.351	0.506	0.457	0.158
Z7	0.167	0.206	0.581	0.310	0.494	0.457	0.207
X1-1	0.282	0.381	0.368	0.629	0.331	0.279	0.238
X1-2	0.308	0.366	0.367	0.632	0.396	0.245	0.144
X1-3	0.313	0.379	0.367	0.611	0.378	0.290	0.152
X1-4	0.304	0.351	0.349	0.645	0.402	0.249	0.151
X1-5	0.308	0.377	0.358	0.626	0.384	0.291	0.103
X1-6	0.275	0.333	0.395	0.636	0.359	0.308	0.171
X1-7	0.306	0.334	0.350	0.644	0.352	0.319	0.181
X1-8	0.166	0.201	0.474	0.460	0.495	0.446	0.227
X2-1	0.148	0.181	0.468	0.451	0.551	0.444	0.151
X2-2	0.158	0.193	0.495	0.375	0.582	0.447	0.119
X2-3	0.178	0.224	0.480	0.364	0.575	0.455	0.133
X2-4	0.181	0.238	0.448	0.398	0.562	0.432	0.221
X2-5	0.140	0.180	0.492	0.325	0.605	0.464	0.136
X2-6	0.146	0.192	0.494	0.316	0.597	0.467	0.150
X3-1	0.146	0.209	0.501	0.280	0.517	0.554	0.176
X3-2	0.164	0.217	0.456	0.305	0.478	0.594	0.210
X3-3	0.119	0.164	0.459	0.297	0.475	0.626	0.206
X3-4	0.129	0.139	0.479	0.278	0.479	0.626	0.189
X3-5	0.550	0.444	0.229	0.318	0.230	0.522	0.145
X3-6	0.532	0.447	0.238	0.358	0.220	0.506	0.165
SC*IN	0.137	0.140	0.232	0.235	0.215	0.276	0.855

Note: Loadings and cross-loadings shown are unrotated and after Kaiser normalization.

* Indicator weights *

	IN P value	PN VIF	SC WLS	SKP ES	NSB	PKP	SC*IN	Type (a)	SE
Y1-1	0.134 1.897	0.000 1	0.000 0.096	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.005
Y1-2	0.127 1.646	0.000 1	0.000 0.086	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.008
Y1-3	0.143 2.129	0.000 1	0.000 0.110	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.003
Y1-4	0.132 1.797	0.000 1	0.000 0.093	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.006
Y1-5	0.127 1.735	0.000 1	0.000 0.087	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.007
Y1-6	0.142 2.113	0.000 1	0.000 0.108	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.003
Y1-7	0.137 1.986	0.000 1	0.000 0.101	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.004
Y1-8	0.140 1.965	0.000 1	0.000 0.105	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.004
Y1-9	0.149 2.489	0.000 1	0.000 0.119	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.002
Y1-10	0.134 2.017	0.000 1	0.000 0.096	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.005
Y2-1	0.000 1.688	0.118 1	0.000 0.074	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.012
Y2-2	0.000 2.036	0.126 1	0.000 0.083	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.008
Y2-3	0.000 2.236	0.132 1	0.000 0.092	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.006
Y2-4	0.000 3.447	0.161 1	0.000 0.137	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.001
Y2-5	0.000 2.838	0.156 1	0.000 0.128	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.001
Y2-6	0.000 2.560	0.146 1	0.000 0.113	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.003
Y2-7	0.000 2.753	0.152 1	0.000 0.121	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.002
Y2-8	0.000 2.729	0.153 1	0.000 0.124	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.002
Y2-9	0.000 3.174	0.155 1	0.000 0.127	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 0.001

Z1	0.000	0.000	0.073	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	0.081
	1.131	1	0.026							
Z2	0.000	0.000	0.188	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.562	1	0.167							
Z3	0.000	0.000	0.189	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.941	1	0.169							
Z4	0.000	0.000	0.193	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	4.901	1	0.176							
Z5	0.000	0.000	0.188	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.975	1	0.168							
Z6	0.000	0.000	0.186	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.334	1	0.163							
Z7	0.000	0.000	0.167	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	2.207	1	0.131							
X1-1	0.000	0.000	0.000	0.148	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	0.002
	1.642	1	0.103							
X1-2	0.000	0.000	0.000	0.164	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.477	1	0.126							
X1-3	0.000	0.000	0.000	0.172	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	2.912	1	0.138							
X1-4	0.000	0.000	0.000	0.162	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.259	1	0.124							
X1-5	0.000	0.000	0.000	0.173	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.088	1	0.141							
X1-6	0.000	0.000	0.000	0.178	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	2.877	1	0.148							
X1-7	0.000	0.000	0.000	0.166	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	2.362	1	0.129							
X1-8	0.000	0.000	0.000	0.139	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	0.004
	1.568	1	0.091							
X2-1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.200	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.155	1	0.162							
X2-2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.209	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.743	1	0.176							
X2-3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.214	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.867	1	0.186							
X2-4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.153	0.000	0.000	Reflect	0.052	0.002
	1.430	1	0.095							
X2-5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.216	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.108	1	0.189							
X2-6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.217	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.217	1	0.191							

X3-1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.275	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	1.924	1	0.223							
X3-2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.257	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	1.680	1	0.195							
X3-3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.297	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.833	1	0.260							
X3-4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.284	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.623	1	0.238							
X3-5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.123	0.000	Reflect	0.052	0.010
	1.942	1	0.044							
X3-6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.119	0.000	Reflect	0.052	0.012
	1.919	1	0.041							
SC*IN	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000	Reflect	0.046	<0.001
	0.000	1	1.000							

Notes: P values < 0.05 and VIFs < 2.5 are desirable for formative indicators; VIF = indicator variance inflation factor;

WLS = indicator weight-loading sign (-1 = Simpson's paradox in l.v.); ES = indicator effect size.

 * Latent variable coefficients *

R-squared coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.445	0.498					

Adjusted R-squared coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.440	0.495					

Composite reliability coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.920	0.927	0.933	0.918	0.925	0.838	1.000

Cronbach's alpha coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.903	0.911	0.909	0.898	0.900	0.771	1.000

Average variances extracted

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.536	0.587	0.676	0.586	0.675	0.490	1.000

Full collinearity VIFs

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
2.002	2.298	3.873	2.279	4.377	3.045	1.146

Q-squared coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.329	0.496					

Minimum and maximum values

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
-3.064	-2.907	-3.587	-3.244	-4.509	-4.226	-4.415
1.522	1.479	1.392	1.589	1.436	1.564	3.479

Medians (top) and modes (bottom)

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
-0.126	-0.271	0.045	-0.261	-0.050	-0.121	-0.302
-0.771	-0.714	0.045	-0.261	-0.050	-0.202	-0.374

Skewness (top) and exc. kurtosis (bottom) coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
-0.003	0.058	-0.871	-0.386	-0.839	-0.753	0.263

-0.676 -0.801 0.983 0.411 1.283 1.525 1.742

Tests of unimodality: Rohatgi-Szkely (top) and Klaassen-Mokveld-van Es (bottom)

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Tests of normality: JarqueBera (top) and robust JarqueBera (bottom)

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
No	No	No	No	No	No	No
No	No	No	No	No	No	No

 * Correlations among latent variables and errors *

Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN	0.732	0.699	0.337	0.464	0.270	0.300	0.160
PN	0.699	0.766	0.417	0.558	0.342	0.350	0.164
SC	0.337	0.417	0.822	0.620	0.830	0.762	0.271
SKP	0.464	0.558	0.620	0.766	0.634	0.497	0.275
NSB	0.270	0.342	0.830	0.634	0.821	0.781	0.252
PKP	0.300	0.350	0.762	0.497	0.781	0.700	0.323
SC*IN	0.160	0.164	0.271	0.275	0.252	0.323	1.000

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

P values for correlations

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	0.002
PN	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	0.002

SC	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
SKP	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001
NSB	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001
PKP	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001
SC*IN	0.002	0.002	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000

Correlations among l.v. error terms with VIFs

	(e)IN	(e)PN
(e)IN	1.070	-0.256
(e)PN	-0.256	1.070

Notes: Variance inflation factors (VIFs) shown on diagonal. Error terms included (a.k.a. residuals) are for endogenous l.vs.

P values for correlations

	(e)IN	(e)PN
(e)IN	1.000	<0.001
(e)PN	<0.001	1.000

* Block variance inflation factors *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				2.737	3.400	2.806	
PN	1.143						1.143

Note: These VIFs are for the latent variables on each column (predictors), with reference to the latent variables on each row (criteria).

* Indirect and total effects *

Indirect effects for paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.396	0.093	0.085	

Number of paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				1	1	1	

P values of indirect effects for paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				<0.001	0.006	0.011	

Standard errors of indirect effects for paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.035	0.037	0.037	

Effect sizes of indirect effects for paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.221	0.032	0.030	

Sums of indirect effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.396	0.093	0.085	

Number of paths for indirect effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				1	1	1	

P values for sums of indirect effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				<0.001	0.006	0.011	

Standard errors for sums of indirect effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.035	0.037	0.037	

Effect sizes for sums of indirect effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.221	0.032	0.030	

Total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.585	0.138	0.125	
PN	0.677			0.396	0.093	0.085	0.072

Number of paths for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				1	1	1	
PN	1			1	1	1	1

P values for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				<0.001	0.004	0.008	
PN	<0.001			<0.001	0.006	0.011	0.087

Standard errors for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.049	0.052	0.052	
PN	0.048			0.035	0.037	0.037	0.052

Effect sizes for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.333	0.057	0.055	
PN	0.476			0.221	0.032	0.030	0.022

* Causality assessment coefficients *

Path-correlation signs

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				1	1	1	
PN	1						1

Notes: path-correlation signs; negative sign (i.e., -1) = Simpson's paradox.

R-squared contributions

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.333	0.057	0.055	
PN	0.476						0.022

Notes: R-squared contributions of predictor lat. vars.; columns = predictor lat. vars.; rows = criteria lat. vars.; negative sign = reduction in R-squared.

Path-correlation ratios

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				1.029	0.332	0.286	
PN	0.964						0.230

Notes: absolute path-correlation ratios; ratio > 1 indicates statistical suppression; 1 < ratio <= 1.3: weak suppression; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Path-correlation differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.016	0.277	0.313	

PN 0.025 0.240

Note: absolute path-correlation differences.

P values for path-correlation differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.378	<0.001	<0.001	
PN	0.316						<0.001

Note: P values for absolute path-correlation differences.

Warp2 bivariate causal direction ratios

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.821	0.752	0.833	
PN	1.000						1.239

Notes: Warp2 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp2 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.102	0.096	0.071	
PN	0.000						0.065

Note: absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

P values for Warp2 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.026	0.034	0.089	
PN	0.498						0.108

Note: P values for absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

Warp3 bivariate causal direction ratios

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.834	0.726	0.810	
PN	1.011						1.207

Notes: Warp3 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp3 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.094	0.114	0.083	
PN	0.007						0.065

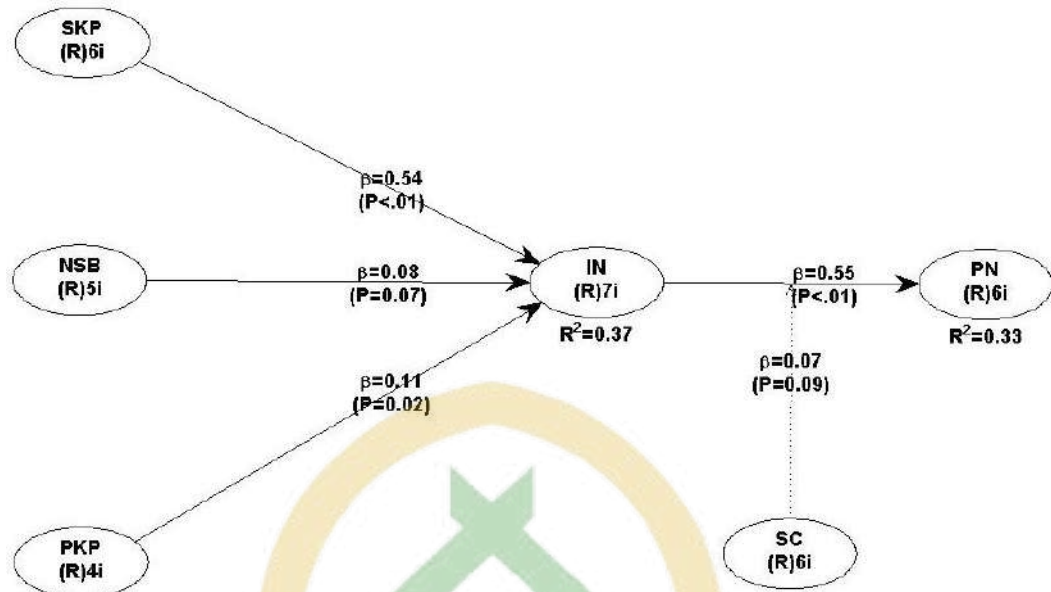
Note: absolute Warp3 bivariate causal direction differences.

P values for Warp3 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.036	0.015	0.056	
PN	0.444						0.110

Note: P values for absolute Warp3 bivariate causal direction differences.

HASIL UJI SETELAH REDUKSI



Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.270, $P<0.001$

Average R-squared (ARS)=0.354, $P<0.001$

Average adjusted R-squared (AARS)=0.349, $P<0.001$

Average block VIF (AVIF)=1.944, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=2.549, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.511, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Sympson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

General model elements

Missing data imputation algorithm: Arithmetic Mean Imputation

Outer model analysis algorithm: PLS Regression

Default inner model analysis algorithm: Warp3

Multiple inner model analysis algorithms used? No

Resampling method used in the analysis: Stable3

Number of data resamples used: 100

Number of cases (rows) in model data: 356

Number of latent variables in model: 6

Number of indicators used in model: 34
 Number of iterations to obtain estimates: 5
 Range restriction variable type: None
 Range restriction variable: None
 Range restriction variable min value: 0.000
 Range restriction variable max value: 0.000
 Only ranked data used in analysis? No

* Path coefficients and P values *

Path coefficients

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.545	0.078	0.107	
PN	0.550						0.071

P values

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				<0.001	0.068	0.021	
PN	<0.001						0.088

* Standard errors for path coefficients *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.049	0.052	0.052	
PN	0.049						0.052

* Effect sizes for path coefficients *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.302	0.030	0.040	
PN	0.316						0.019

* Combined loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN	Type (a)	SE
	P value								
Y1-1	0.718	-0.043	0.138	-0.020	-0.029	-0.187	0.049	Reflect	0.048 <0.001
Y1-3	0.783	-0.164	0.140	0.133	-0.199	0.029	0.019	Reflect	0.047 <0.001
Y1-6	0.783	-0.091	0.062	0.012	-0.138	-0.035	0.073	Reflect	0.047 <0.001
Y1-7	0.765	0.030	-0.229	-0.064	0.134	0.024	0.001	Reflect	0.047 <0.001
Y1-8	0.772	0.021	-0.071	0.030	0.109	-0.013	-0.006	Reflect	0.047 <0.001
Y1-9	0.812	0.092	-0.043	-0.054	0.090	0.121	-0.090	Reflect	0.047 <0.001
Y1-10	0.738	0.158	0.010	-0.040	0.034	0.046	-0.042	Reflect	0.048 <0.001
Y2-4	-0.017	0.882	0.035	0.002	-0.138	0.088	0.006	Reflect	0.047 <0.001
Y2-5	-0.010	0.854	0.098	-0.105	0.220	-0.239	-0.005	Reflect	0.047 <0.001
Y2-6	-0.107	0.822	-0.058	0.060	-0.004	-0.084	0.075	Reflect	0.047 <0.001
Y2-7	0.093	0.809	-0.095	-0.032	0.177	0.044	-0.047	Reflect	0.047 <0.001
Y2-8	0.093	0.822	0.098	-0.044	-0.075	0.016	-0.024	Reflect	0.047 <0.001
Y2-9	-0.047	0.863	-0.082	0.117	-0.167	0.170	-0.007	Reflect	0.047 <0.001
Z2	0.022	0.014	0.886	0.032	-0.140	0.183	-0.079	Reflect	0.047 <0.001
Z3	0.008	-0.033	0.897	0.076	0.151	-0.182	-0.026	Reflect	0.047 <0.001
Z4	0.006	-0.007	0.919	-0.002	-0.110	-0.088	-0.009	Reflect	0.046 <0.001
Z5	-0.017	0.035	0.893	-0.003	-0.047	-0.014	-0.005	Reflect	0.047 <0.001
Z6	-0.036	-0.036	0.882	0.026	0.133	0.095	0.004	Reflect	0.047 <0.001
Z7	0.019	0.030	0.791	-0.146	0.018	0.013	0.130	Reflect	0.047 <0.001
X1-2	0.027	0.018	-0.050	0.795	0.513	-0.475	0.080	Reflect	0.047 <0.001
X1-3	0.004	0.072	-0.009	0.819	0.004	0.046	-0.018	Reflect	0.047 <0.001
X1-4	0.035	-0.029	-0.179	0.794	0.543	-0.405	0.077	Reflect	0.047 <0.001
X1-5	-0.025	0.069	-0.053	0.836	-0.112	0.209	-0.133	Reflect	0.047 <0.001
X1-6	-0.058	-0.042	0.264	0.824	-0.484	0.233	-0.009	Reflect	0.047 <0.001
X1-7	0.022	-0.097	0.022	0.763	-0.457	0.387	0.011	Reflect	0.047 <0.001
X2-1	-0.064	-0.116	0.011	0.377	0.810	0.232	-0.036	Reflect	0.047 <0.001
X2-2	0.025	-0.041	-0.001	0.008	0.869	-0.190	-0.006	Reflect	0.047 <0.001
X2-3	0.004	0.074	-0.021	-0.005	0.874	0.090	-0.044	Reflect	0.047 <0.001
X2-5	0.020	0.014	-0.005	-0.154	0.877	-0.097	0.033	Reflect	0.047 <0.001
X2-6	0.010	0.060	0.017	-0.196	0.885	-0.019	0.049	Reflect	0.047 <0.001
X3-1	-0.014	0.132	0.150	-0.229	0.451	0.828	0.036	Reflect	0.047 <0.001
X3-2	-0.030	0.062	-0.048	0.080	-0.164	0.781	0.009	Reflect	0.047 <0.001
X3-3	-0.013	-0.041	-0.113	0.093	-0.079	0.880	-0.005	Reflect	0.047 <0.001
X3-4	0.054	-0.140	0.015	0.052	-0.202	0.868	-0.038	Reflect	0.047 <0.001
SC*IN	-0.000	0.000	-0.000	-0.000	0.000	0.000	1.000	Reflect	0.046 <0.001

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

* Normalized combined loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.807	-0.054	0.174	-0.025	-0.037	-0.236	0.062
Y1-3	0.771	-0.186	0.160	0.151	-0.227	0.033	0.022
Y1-6	0.822	-0.105	0.071	0.014	-0.158	-0.041	0.083
Y1-7	0.812	0.035	-0.268	-0.075	0.157	0.028	0.001
Y1-8	0.736	0.028	-0.095	0.040	0.145	-0.018	-0.007
Y1-9	0.703	0.116	-0.054	-0.069	0.115	0.153	-0.114
Y1-10	0.699	0.237	0.015	-0.059	0.050	0.068	-0.063
Y2-4	-0.019	0.737	0.039	0.002	-0.152	0.096	0.007
Y2-5	-0.010	0.719	0.103	-0.110	0.232	-0.251	-0.005
Y2-6	-0.118	0.771	-0.065	0.066	-0.005	-0.093	0.083
Y2-7	0.119	0.674	-0.122	-0.041	0.228	0.056	-0.060
Y2-8	0.117	0.711	0.124	-0.055	-0.095	0.021	-0.030
Y2-9	-0.051	0.735	-0.091	0.129	-0.184	0.187	-0.008
Z2	0.025	0.016	0.582	0.036	-0.156	0.205	-0.088
Z3	0.009	-0.036	0.587	0.083	0.163	-0.198	-0.028
Z4	0.005	-0.006	0.608	-0.002	-0.100	-0.080	-0.008
Z5	-0.018	0.037	0.592	-0.003	-0.050	-0.014	-0.005
Z6	-0.050	-0.050	0.576	0.037	0.186	0.132	0.005
Z7	0.023	0.037	0.589	-0.179	0.022	0.016	0.159
X1-2	0.028	0.018	-0.051	0.658	0.522	-0.484	0.081
X1-3	0.005	0.094	-0.012	0.633	0.005	0.060	-0.024
X1-4	0.035	-0.028	-0.177	0.677	0.535	-0.399	0.076
X1-5	-0.028	0.077	-0.060	0.650	-0.127	0.235	-0.149
X1-6	-0.053	-0.038	0.240	0.649	-0.441	0.213	-0.008
X1-7	0.020	-0.089	0.020	0.656	-0.419	0.355	0.010
X2-1	-0.101	-0.182	0.017	0.593	0.562	0.365	-0.057
X2-2	0.024	-0.038	-0.001	0.008	0.596	-0.179	-0.005
X2-3	0.005	0.091	-0.026	-0.006	0.583	0.111	-0.054
X2-5	0.019	0.013	-0.005	-0.146	0.609	-0.092	0.032
X2-6	0.010	0.060	0.017	-0.198	0.600	-0.019	0.050
X3-1	-0.022	0.199	0.227	-0.347	0.684	0.568	0.055
X3-2	-0.032	0.067	-0.051	0.086	-0.177	0.621	0.010
X3-3	-0.013	-0.040	-0.110	0.091	-0.077	0.631	-0.004
X3-4	0.050	-0.129	0.014	0.048	-0.186	0.645	-0.035
SC*IN	-0.000	0.000	-0.000	-0.000	0.000	0.000	1.000

Note: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated, both after separate Kaiser normalizations.

 * Pattern loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.755	-0.043	0.138	-0.020	-0.029	-0.187	0.049
Y1-3	0.817	-0.164	0.140	0.133	-0.199	0.029	0.019
Y1-6	0.848	-0.091	0.062	0.012	-0.138	-0.035	0.073
Y1-7	0.809	0.030	-0.229	-0.064	0.134	0.024	0.001
Y1-8	0.740	0.021	-0.071	0.030	0.109	-0.013	-0.006
Y1-9	0.760	0.092	-0.043	-0.054	0.090	0.121	-0.090
Y1-10	0.643	0.158	0.010	-0.040	0.034	0.046	-0.042
Y2-4	-0.017	0.897	0.035	0.002	-0.138	0.088	0.006
Y2-5	-0.010	0.881	0.098	-0.105	0.220	-0.239	-0.005
Y2-6	-0.107	0.888	-0.058	0.060	-0.004	-0.084	0.075
Y2-7	0.093	0.741	-0.095	-0.032	0.177	0.044	-0.047
Y2-8	0.093	0.778	0.098	-0.044	-0.075	0.016	-0.024
Y2-9	-0.047	0.863	-0.082	0.117	-0.167	0.170	-0.007
Z2	0.022	0.014	0.858	0.032	-0.140	0.183	-0.079
Z3	0.008	-0.033	0.887	0.076	0.151	-0.182	-0.026
Z4	0.006	-0.007	1.087	-0.002	-0.110	-0.088	-0.009
Z5	-0.017	0.035	0.941	-0.003	-0.047	-0.014	-0.005
Z6	-0.036	-0.036	0.697	0.026	0.133	0.095	0.004
Z7	0.019	0.030	0.791	-0.146	0.018	0.013	0.130
X1-2	0.027	0.018	-0.050	0.682	0.513	-0.475	0.080
X1-3	0.004	0.072	-0.009	0.761	0.004	0.046	-0.018
X1-4	0.035	-0.029	-0.179	0.728	0.543	-0.405	0.077
X1-5	-0.025	0.069	-0.053	0.841	-0.112	0.209	-0.133
X1-6	-0.058	-0.042	0.264	0.917	-0.484	0.233	-0.009
X1-7	0.022	-0.097	0.022	0.905	-0.457	0.387	0.011
X2-1	-0.064	-0.116	0.011	0.377	0.434	0.232	-0.036
X2-2	0.025	-0.041	-0.001	0.008	1.047	-0.190	-0.006
X2-3	0.004	0.074	-0.021	-0.005	0.804	0.090	-0.044
X2-5	0.020	0.014	-0.005	-0.154	1.037	-0.097	0.033
X2-6	0.010	0.060	0.017	-0.196	0.966	-0.019	0.049
X3-1	-0.014	0.132	0.150	-0.229	0.451	0.372	0.036
X3-2	-0.030	0.062	-0.048	0.080	-0.164	0.907	0.009
X3-3	-0.013	-0.041	-0.113	0.093	-0.079	1.016	-0.005
X3-4	0.054	-0.140	0.015	0.052	-0.202	1.052	-0.038

SC*IN -0.000 0.000 -0.000 -0.000 0.000 0.000 1.000

Note: Loadings and cross-loadings are oblique-rotated.

* Normalized pattern loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.951	-0.054	0.174	-0.025	-0.037	-0.236	0.062
Y1-3	0.930	-0.186	0.160	0.151	-0.227	0.033	0.022
Y1-6	0.975	-0.105	0.071	0.014	-0.158	-0.041	0.083
Y1-7	0.947	0.035	-0.268	-0.075	0.157	0.028	0.001
Y1-8	0.983	0.028	-0.095	0.040	0.145	-0.018	-0.007
Y1-9	0.964	0.116	-0.054	-0.069	0.115	0.153	-0.114
Y1-10	0.964	0.237	0.015	-0.059	0.050	0.068	-0.063
Y2-4	-0.019	0.983	0.039	0.002	-0.152	0.096	0.007
Y2-5	-0.010	0.928	0.103	-0.110	0.232	-0.251	-0.005
Y2-6	-0.118	0.981	-0.065	0.066	-0.005	-0.093	0.083
Y2-7	0.119	0.954	-0.122	-0.041	0.228	0.056	-0.060
Y2-8	0.117	0.979	0.124	-0.055	-0.095	0.021	-0.030
Y2-9	-0.051	0.951	-0.091	0.129	-0.184	0.187	-0.008
Z2	0.025	0.016	0.961	0.036	-0.156	0.205	-0.088
Z3	0.009	-0.036	0.962	0.083	0.163	-0.198	-0.028
Z4	0.005	-0.006	0.992	-0.002	-0.100	-0.080	-0.008
Z5	-0.018	0.037	0.998	-0.003	-0.050	-0.014	-0.005
Z6	-0.050	-0.050	0.970	0.037	0.186	0.132	0.005
Z7	0.023	0.037	0.970	-0.179	0.022	0.016	0.159
X1-2	0.028	0.018	-0.051	0.695	0.522	-0.484	0.081
X1-3	0.005	0.094	-0.012	0.993	0.005	0.060	-0.024
X1-4	0.035	-0.028	-0.177	0.718	0.535	-0.399	0.076
X1-5	-0.028	0.077	-0.060	0.947	-0.127	0.235	-0.149
X1-6	-0.053	-0.038	0.240	0.836	-0.441	0.213	-0.008
X1-7	0.020	-0.089	0.020	0.830	-0.419	0.355	0.010
X2-1	-0.101	-0.182	0.017	0.593	0.684	0.365	-0.057
X2-2	0.024	-0.038	-0.001	0.008	0.983	-0.179	-0.005
X2-3	0.005	0.091	-0.026	-0.006	0.988	0.111	-0.054
X2-5	0.019	0.013	-0.005	-0.146	0.984	-0.092	0.032
X2-6	0.010	0.060	0.017	-0.198	0.977	-0.019	0.050
X3-1	-0.022	0.199	0.227	-0.347	0.684	0.564	0.055
X3-2	-0.032	0.067	-0.051	0.086	-0.177	0.976	0.010
X3-3	-0.013	-0.040	-0.110	0.091	-0.077	0.986	-0.004

X3-4 0.050 -0.129 0.014 0.048 -0.186 0.971 -0.035
 SC*IN -0.000 0.000 -0.000 -0.000 0.000 0.000 1.000

Note: Loadings and cross-loadings shown are after oblique rotation and Kaiser normalization.

* Structure loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.718	0.380	0.144	0.305	0.101	0.045	0.074
Y1-3	0.783	0.384	0.219	0.405	0.165	0.146	0.099
Y1-6	0.783	0.388	0.136	0.322	0.088	0.062	0.096
Y1-7	0.765	0.428	0.096	0.301	0.106	0.074	0.053
Y1-8	0.772	0.456	0.221	0.409	0.210	0.167	0.091
Y1-9	0.812	0.518	0.292	0.423	0.279	0.245	0.081
Y1-10	0.738	0.507	0.254	0.389	0.225	0.193	0.093
Y2-4	0.491	0.882	0.293	0.437	0.246	0.237	0.131
Y2-5	0.475	0.854	0.333	0.436	0.302	0.228	0.104
Y2-6	0.415	0.822	0.212	0.409	0.188	0.154	0.133
Y2-7	0.508	0.809	0.333	0.459	0.337	0.287	0.113
Y2-8	0.515	0.822	0.305	0.424	0.243	0.227	0.119
Y2-9	0.477	0.863	0.259	0.463	0.231	0.236	0.120
Z2	0.256	0.330	0.886	0.500	0.723	0.714	0.269
Z3	0.248	0.313	0.897	0.549	0.766	0.645	0.267
Z4	0.237	0.309	0.919	0.493	0.720	0.664	0.296
Z5	0.230	0.324	0.893	0.489	0.731	0.680	0.294
Z6	0.180	0.268	0.882	0.491	0.774	0.728	0.303
Z7	0.187	0.262	0.791	0.370	0.647	0.631	0.345
X1-2	0.386	0.414	0.429	0.795	0.479	0.267	0.151
X1-3	0.411	0.468	0.468	0.819	0.486	0.363	0.171
X1-4	0.373	0.380	0.394	0.794	0.469	0.261	0.143
X1-5	0.401	0.465	0.450	0.836	0.480	0.364	0.101
X1-6	0.358	0.411	0.504	0.824	0.451	0.383	0.186
X1-7	0.371	0.370	0.411	0.763	0.408	0.354	0.185
X2-1	0.187	0.244	0.688	0.602	0.810	0.659	0.235
X2-2	0.201	0.250	0.717	0.519	0.869	0.662	0.212
X2-3	0.226	0.323	0.723	0.514	0.874	0.695	0.239
X2-5	0.167	0.239	0.712	0.434	0.877	0.680	0.257
X2-6	0.169	0.263	0.733	0.420	0.885	0.707	0.282
X3-1	0.161	0.289	0.728	0.349	0.759	0.828	0.325

X3-2	0.156	0.259	0.577	0.350	0.578	0.781	0.302
X3-3	0.139	0.217	0.641	0.369	0.671	0.880	0.328
X3-4	0.135	0.152	0.641	0.321	0.639	0.868	0.304
SC*IN	0.109	0.143	0.335	0.193	0.284	0.375	1.000

Note: Loadings and cross-loadings are unrotated.

* Normalized structure loadings and cross-loadings *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Y1-1	0.807	0.428	0.161	0.343	0.114	0.051	0.083
Y1-3	0.771	0.378	0.216	0.399	0.163	0.144	0.097
Y1-6	0.822	0.408	0.143	0.338	0.092	0.065	0.100
Y1-7	0.812	0.454	0.102	0.320	0.112	0.079	0.056
Y1-8	0.736	0.435	0.211	0.390	0.200	0.159	0.086
Y1-9	0.703	0.448	0.252	0.366	0.241	0.212	0.070
Y1-10	0.699	0.480	0.240	0.368	0.214	0.183	0.088
Y2-4	0.411	0.737	0.245	0.365	0.206	0.199	0.110
Y2-5	0.400	0.719	0.280	0.367	0.254	0.192	0.088
Y2-6	0.389	0.771	0.199	0.383	0.176	0.145	0.125
Y2-7	0.423	0.674	0.278	0.382	0.281	0.239	0.094
Y2-8	0.445	0.711	0.264	0.366	0.210	0.196	0.103
Y2-9	0.406	0.735	0.221	0.395	0.197	0.201	0.102
Z2	0.168	0.217	0.582	0.329	0.475	0.469	0.177
Z3	0.162	0.205	0.587	0.359	0.501	0.422	0.174
Z4	0.157	0.205	0.608	0.326	0.476	0.439	0.195
Z5	0.152	0.215	0.592	0.324	0.484	0.450	0.195
Z6	0.117	0.175	0.576	0.320	0.506	0.476	0.198
Z7	0.139	0.195	0.589	0.276	0.482	0.470	0.257
X1-2	0.319	0.342	0.355	0.658	0.397	0.221	0.125
X1-3	0.317	0.362	0.362	0.633	0.375	0.281	0.132
X1-4	0.318	0.324	0.335	0.677	0.399	0.223	0.122
X1-5	0.312	0.361	0.350	0.650	0.374	0.283	0.079
X1-6	0.282	0.323	0.396	0.649	0.355	0.301	0.146
X1-7	0.319	0.318	0.354	0.656	0.351	0.304	0.159
X2-1	0.130	0.170	0.477	0.418	0.562	0.457	0.163
X2-2	0.138	0.171	0.492	0.356	0.596	0.454	0.145
X2-3	0.151	0.215	0.482	0.343	0.583	0.464	0.160
X2-5	0.116	0.166	0.494	0.301	0.609	0.471	0.178
X2-6	0.114	0.178	0.497	0.285	0.600	0.479	0.191

X3-1	0.110	0.198	0.499	0.240	0.520	0.568	0.223
X3-2	0.124	0.206	0.459	0.278	0.459	0.621	0.240
X3-3	0.100	0.156	0.460	0.264	0.481	0.631	0.235
X3-4	0.100	0.113	0.477	0.239	0.475	0.645	0.226
SC*IN	0.092	0.120	0.283	0.163	0.240	0.316	0.844

Note: Loadings and cross-loadings shown are unrotated and after Kaiser normalization.

* Indicator weights *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN	Type (a)	SE
	P value	VIF	WLS	ES					
Y1-1	0.174	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	1.748	1	0.125						
Y1-3	0.190	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	2.070	1	0.149						
Y1-6	0.190	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	2.079	1	0.149						
Y1-7	0.185	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	1.950	1	0.142						
Y1-8	0.187	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	1.932	1	0.145						
Y1-9	0.197	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	2.383	1	0.160						
Y1-10	0.179	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	1.990	1	0.132						
Y2-4	0.000	0.207	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051 <0.001
	3.395	1	0.183						
Y2-5	0.000	0.201	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051 <0.001
	2.761	1	0.171						
Y2-6	0.000	0.193	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	2.555	1	0.159						
Y2-7	0.000	0.190	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	2.662	1	0.154						
Y2-8	0.000	0.193	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052 <0.001
	2.679	1	0.159						
Y2-9	0.000	0.203	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051 <0.001
	3.131	1	0.175						

Z2	0.000	0.000	0.191	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.404	1	0.169							
Z3	0.000	0.000	0.194	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.941	1	0.174							
Z4	0.000	0.000	0.198	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	4.861	1	0.182							
Z5	0.000	0.000	0.193	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.940	1	0.172							
Z6	0.000	0.000	0.190	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	3.328	1	0.168							
Z7	0.000	0.000	0.171	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	2.203	1	0.135							
X1-2	0.000	0.000	0.000	0.204	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.427	1	0.162							
X1-3	0.000	0.000	0.000	0.210	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.775	1	0.172							
X1-4	0.000	0.000	0.000	0.204	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.258	1	0.162							
X1-5	0.000	0.000	0.000	0.215	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.073	1	0.179							
X1-6	0.000	0.000	0.000	0.212	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.650	1	0.175							
X1-7	0.000	0.000	0.000	0.196	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.052	<0.001
	2.191	1	0.150							
X2-1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.217	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.082	1	0.176							
X2-2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.233	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.689	1	0.202							
X2-3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.235	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.839	1	0.205							
X2-5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.235	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.021	1	0.206							
X2-6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.237	0.000	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	3.171	1	0.210							
X3-1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.293	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	1.922	1	0.243							
X3-2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.277	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	1.677	1	0.216							
X3-3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.311	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.728	1	0.274							
X3-4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.307	0.000	Reflect	0.051	<0.001
	2.594	1	0.267							

SC*IN	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000	Reflect	0.046	<0.001
	0.000	1	1.000							

Notes: P values < 0.05 and VIFs < 2.5 are desirable for formative indicators; VIF = indicator variance inflation factor;

WLS = indicator weight-loading sign (-1 = Simpson's paradox in l.v.); ES = indicator effect size.

* Latent variable coefficients *

R-squared coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.373	0.334					

Adjusted R-squared coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.367	0.331					

Composite reliability coefficients

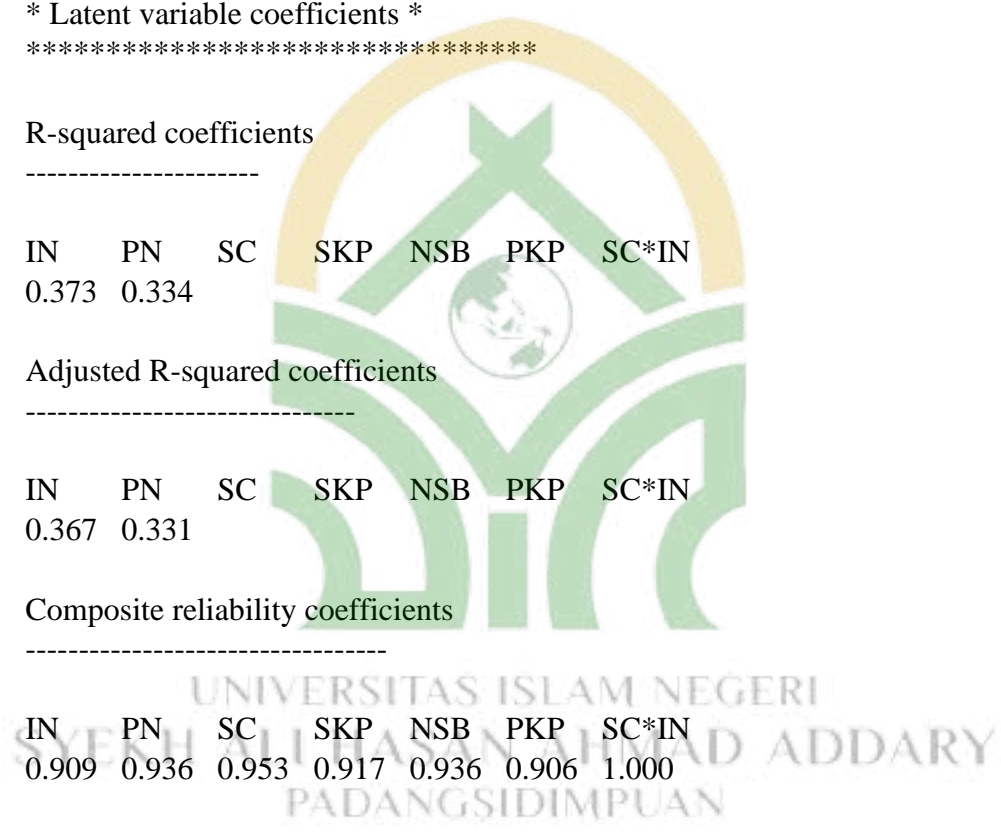
IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.909	0.936	0.953	0.917	0.936	0.906	1.000

Cronbach's alpha coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.884	0.918	0.941	0.892	0.914	0.860	1.000

Average variances extracted

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.590	0.710	0.772	0.649	0.746	0.706	1.000



Full collinearity VIFs

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
1.598	1.702	3.808	2.055	4.294	3.205	1.180

Q-squared coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.309	0.338					

Minimum and maximum values

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
-3.141	-2.618	-3.628	-3.183	-4.355	-4.335	-4.400
1.465	1.341	1.329	1.502	1.366	1.387	2.836

Medians (top) and modes (bottom)

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
-0.167	-0.312	0.090	-0.269	-0.065	-0.043	-0.203
-0.838	-0.639	0.090	-0.269	-0.065	-0.043	-0.331

Skewness (top) and exc. kurtosis (bottom) coefficients

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
-0.039	-0.009	-0.977	-0.428	-0.954	-1.069	-0.477
-0.676	-0.876	1.164	0.271	1.423	2.057	3.062

Tests of unimodality: Rohatgi-Szkely (top) and Klaassen-Mokveld-van Es (bottom)

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes

Tests of normality: JarqueBera (top) and robust JarqueBera (bottom)

IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
No	No	No	No	No	No	No
No	No	No	No	No	No	No

* Correlations among latent variables and errors *

Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN	0.768	0.570	0.254	0.476	0.220	0.175	0.109
PN	0.570	0.842	0.343	0.520	0.306	0.271	0.143
SC	0.254	0.343	0.879	0.550	0.828	0.770	0.335
SKP	0.476	0.520	0.550	0.806	0.574	0.413	0.193
NSB	0.220	0.306	0.828	0.574	0.863	0.788	0.284
PKP	0.175	0.271	0.770	0.413	0.788	0.840	0.375
SC*IN	0.109	0.143	0.335	0.193	0.284	0.375	1.000

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

P values for correlations

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	0.040
PN	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	0.007
SC	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
SKP	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001
NSB	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001
PKP	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001
SC*IN	0.040	0.007	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000

Correlations among l.v. error terms with VIFs

	(e)IN	(e)PN
(e)IN	1.056	-0.230
(e)PN	-0.230	1.056

Notes: Variance inflation factors (VIFs) shown on diagonal. Error terms included (a.k.a. residuals) are for endogenous l.vs.

P values for correlations

	(e)IN	(e)PN
(e)IN	1.000	<0.001
(e)PN	<0.001	1.000

 * Block variance inflation factors *

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				2.026	3.004	2.422	
PN	1.134						1.134

Note: These VIFs are for the latent variables on each column (predictors), with reference to the latent variables on each row (criteria).

 * Indirect and total effects *

Indirect effects for paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				0.300	0.043	0.059	

Number of paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
PN				1	1	1	

P values of indirect effects for paths with 2 segments

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
--	----	----	----	-----	-----	-----	-------

PN <0.001 0.124 0.058

Standard errors of indirect effects for paths with 2 segments

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

PN 0.036 0.037 0.037

Effect sizes of indirect effects for paths with 2 segments

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

PN 0.156 0.013 0.016

Sums of indirect effects

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

PN 0.300 0.043 0.059

Number of paths for indirect effects

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

PN 1 1 1

P values for sums of indirect effects

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

PN <0.001 0.124 0.058

Standard errors for sums of indirect effects

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

PN 0.036 0.037 0.037

Effect sizes for sums of indirect effects

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

PN 0.156 0.013 0.016

Total effects

 IN PN SC SKP NSB PKP SC*IN

IN 0.545 0.078 0.107

PN 0.550 0.300 0.043 0.059 0.071

Number of paths for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				1	1	1	
PN	1			1	1	1	1

P values for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				<0.001	0.068	0.021	
PN	<0.001			<0.001	0.124	0.058	0.088

Standard errors for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.049	0.052	0.052	
PN	0.049			0.036	0.037	0.037	0.052

Effect sizes for total effects

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.302	0.030	0.040	
PN	0.316			0.156	0.013	0.016	0.019

* Causality assessment coefficients *

Path-correlation signs

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				1	1	1	
PN	1						1

Notes: path-correlation signs; negative sign (i.e., -1) = Simpson's paradox.

R-squared contributions

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.302	0.030	0.040	
PN	0.316						0.019

Notes: R-squared contributions of predictor lat. vars.; columns = predictor lat. vars.; rows = criteria lat. vars.; negative sign = reduction in R-squared.

Path-correlation ratios

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.982	0.204	0.282	
PN	0.957						0.274

Notes: absolute path-correlation ratios; ratio > 1 indicates statistical suppression; 1 < ratio <= 1.3: weak suppression; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Path-correlation differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.010	0.307	0.272	
PN	0.024						0.189

Note: absolute path-correlation differences.

P values for path-correlation differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.426	<0.001	<0.001	
PN	0.322						<0.001

Note: P values for absolute path-correlation differences.

Warp2 bivariate causal direction ratios

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.862	0.658	0.610	
PN	1.000						0.895

Notes: Warp2 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp2 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.077	0.122	0.136	
PN	0.000						0.027

Note: absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

P values for Warp2 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.073	0.010	0.005	
PN	0.498						0.304

Note: P values for absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

Warp3 bivariate causal direction ratios

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.874	0.611	0.561	
PN	1.002						1.103

Notes: Warp3 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp3 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.070	0.150	0.166	
PN	0.001						0.027

Note: absolute Warp3 bivariate causal direction differences.

P values for Warp3 bivariate causal direction differences

	IN	PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
IN				0.092	0.002	<0.001	
PN	0.493						0.306

Note: P values for absolute Warp3 bivariate causal direction differences.

EXCLUDE OUTPUT

Q-squared coefficients

IN		PN	SC	SKP	NSB	PKP	SC*IN
0.309		0.338					
SIKAP							
IN		PN	SC	NSB	PKP	SC*IN	
0.157		0.338					
NORMA							
IN		PN	SC	PKP	SKP	SC*IN	

0.307	0.338					
KONTROL						
IN	PN	SC	SKP	NSB	SC*IN	
0.305	0.338					
SC						
IN	PN	SKP	NSB	PKP		
0.309	0.332					
INTEN						
PN	SKP	NSB	PKP	SC		



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi 1. Pegawai Pegadaian UPC Natal Barumun

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



Dokumentasi 2. Responden Bapak Zul



Dokumentasi 3. Responden Ibu Ainun



Dokumentasi 4. Responden Ibu Umak Cahaya



Dokumentasi 5. Responden Ibu Umak Ratna



Dokumentasi 6. Responden Ibu Nur



Dokumentasi 7. Responden Bapak Ahmad



Dokumentasi 2. Responden Ibu Hasibuan