

**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK
SYARIAH DEvisa DAN BANK SYARIAH NON DEvisa
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri dan Bank
Syariah Bukopin Periode Tahun 2011-2015)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**KHUSNUL DIAN CHOIRIYAH
NIM.12.22.3.1.088**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA
2017**

**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK
SYARIAH DEvisa DAN BANK SYARIAH NON DEvisa
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri dan Bank
Syariah Bukopin Periode Tahun 2011-2015)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

Khusnul Dian Choiriyah
NIM.12.22.3.1.088

Surakarta, 27 Desember 2016

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. H. Dwi Condro Triono, S.P., M.Ag.
NIP. 19670208 200003 1 001

**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK
SYARIAH DEVISA DAN BANK SYARIAH NON DEVISA
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri dan Bank
Syariah Bukopin Periode Tahun 2011-2015)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

Khusnul Dian Choiriyah
NIM.12.22.3.1.088

Surakarta, Februari 2017

Disetujui dan disahkan oleh:

Biro skripsi

Rais Sani Muharrami, S.E.I.,M.E.I
NIP. 19870828 201403 1 002

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini:

NAMA : KHUSNUL DIAN CHOIRIYAH
NIM : 12.22.3.1.088
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul “ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DEVISA DAN BANK SYARIAH NON DEVISA (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri dan Bank Syariah Bukopin Periode Tahun 2011-2015)”.

Benar- benar bukan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.wb.

Surakarta,..... 2017

Khusnul Dian Choiriyah

Dr. H. Dwi Condro Triono, S.P., M.Ag.
Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdri : Khusnul Dian Choiriyah

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Dengan hormat, bersamaini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Khusnul Dian Choiriyah NIM : 12.22.3.1.088 yang berjudul :
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DEVISA DAN BANK SYARIAH NON DEVISA (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Dan Bank Syariah Bukopin Periode Tahun 2012-2015).

Sudah dapat di munaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah. Oleh karena itu mohon agar skripsi tersebut segera di munaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkanya permohonan ini disampaikan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Surakarta, 27
Desembar 2017
Dosen Pembimbing Skripsi

Drs. H. Dwi Condro Triono, S.P., M.Ag.
NIP. 19670208 200003 1 001

PENGESAHAN**ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK
SYARIAH DEvisa DAN BANK SYARIAH NON DEvisa
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri dan Bank
Syariah Bukopin Periode Tahun 2011-2015)**

Oleh:

Khusnul Dian Choiriyah
NIM.12.22.3.1.088

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari selasa tanggal 24 Januari 2017 dan dinyatakan
Telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji

Penguji 1 (Merangkap Ketua Sidang):

Waluyo, Lc, MA

NIP. 19790910 201101 1 005

Penguji II:

Zakky Fahma Auliya, SE, MM

NIP. 19860131 201403 1 004

Penguji III:

Ika Yoga , SE, MM

NIP. 1970406 20140003 1 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Surakarta

Drs. H. Sri Walyoto, MM., Ph.D
NIP. 19561011 198303 1 002

MOTTO

“..., ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula kepadamu, dan bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu mengingkari (nikmat)-Ku”

(QS. Al-Baqarah: 152)

“Allah akan meningkatkan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan”

(Al-Mujadillah: 11)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya sederhana ini untuk :

Ibu dan Bapakku Tercinta,

Adik-adikku tersayang Asri Dwi Kristina dan Wahyu Natalia R,

Sahabatku tersayang Mbak Yuyun, Nazila, Iyus, Nia, Karomah, Ulva, Iswi, Kiki,
Ryan, Dewi, Uswatun, Epril, Nurainy, dan Nizar

Teman-Teman Perbankan Syariah C angkatan 2012

Dan, Almamaterku tercinta

Yang selalu meemberikan doa, semangat dan kasih sayang

Yang tulus tiada ternilai besarnya, dan rasa sabar yang sangat besar,

Terimakasih....

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, yang berjudul “Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Devisa dan Bank Syariah Non Devisa (studi kasus Bank Syariah Mandiri dan Bank Bukopin Syariah periode tahun 2011-2015)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd.,Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta..
2. Drs. H. Sri Walyoto, MM., Ph.D.,Dekan Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I., Dosen Pembimbing Akademik Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Drs. H. Dwi Condro Triono, S.P., M.Ag. Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai. Terima kasih bapak.
6. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbinganya menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Ibu dan Bapakku tercinta, terimakasih atas doa, semangat, motivasi, cinta dan kasih sayang kalian yang tak pernah ada habisnya.
9. Adik-adikku tersayang Asri Dwi Kristina dan Wahyu Natalia Rosona yang memberikan semangat.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman PBS C angkatan 2012 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
11. Dan kepada Almamaterku tercinta, serta kepada semua pihak yang telah mendukung, mendoakan, memotivasi, dan menyemangati penulis.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamua'alaikum Wr.Wb

Surakarta, April 2017

Penulis

ABSTRACT

This study aims to compare the financial performance of Bank Mandiri Syariah and Bank Bukopin Syariah, in the period 2011-2015 using financial ratios. Financial ratios used consisted of FDR, ROA, ROA and CAR. The data used in this study was obtained from the Financial Report of Bank Mandiri and Bank Syariah Bukopin Syariah.

This study data quarterly reports Bank Mandiri Syariah and Bank Syariah Bukopin 2011-2015. Data analysis technique used is a different test. Previously performed by the Kolmogorov Smirnov normality test, because it can get the result that the data are normally distributed, then the hypothesis test used is Independent Sample T-Test with $\alpha = 5\%$.

The results showed no difference FDR between Bank Syariah Mandiri and Bank Syariah Bukopin, there are differences in ROA between Bank Syariah Mandiri and Bank Syariah Bukopin, there was no difference BOPO between Bank Syariah Mandiri and Bank syariah Bukopin, there is a difference between Bank Syariah Mandiri CAR and Bank syariah Bukopin.

Keywords: Financial Performance, FDR, ROA, ROA, CAR.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perbandingan kinerja keuangan Bank Mandiri Syariah dengan Bank Bukopin Syariah pada periode 2011-2015 dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan yang digunakan terdiri dari FDR, ROA, BOPO dan CAR. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Laporan Keuangan Publikasi Bank Mandiri Syariah dan Bank Bukopin Syariah.

Penelitian ini menggunakan data laporan triwulan bank syariah mandiri dan bank syariah bukopin tahun 2011-2015. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Beda. Sebelumnya dilakukan uji normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov, karena dapat didapat hasil bahwa data terdistribusi normal, maka uji hipotesis yang dipakai adalah *Independent Sample T-Test* dengan $\alpha=5\%$.

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada perbedaan FDR antara bank syariah mandiri dan bank syariah bukopin, ada perbedaan ROA antara bank syariah mandiri dan bank syariah bukopin, ada perbedaan BOPO antara bank syariah mandiri dan bank syariah bukopin, ada perbedaan CAR antara bank syariah mandiri dan bank syariah bukopin.

Kata Kunci: Kinerja Keuangan, FDR, ROA, BOPO, CAR.

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dinamika perubahan teknologi memiliki kecenderungan menjadi lebih cepat dibandingkan dengan kemajuan di bidang lain, khususnya bidang perbankan. Namun, perkembangan teknologi bagi bisnis perbankan sangat penting. Perbankan perlu memanfaatkan penerapan TI (teknologi informasi) dan komunikasi, disamping untuk meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank juga perbaikan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya. Hal ini sejalan dengan semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat akan kecepatan layanan, kemudahan, kepraktisan, dan efisiensi (<http://infobanknews.com>, 21 Oktober 2016).

Kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi informasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada dimana saja. Pada perkembangan selanjutnya, sistem seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*), yang memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa tergantung jam kerja bank. Ekspansi ATM juga dilakukan dengan membuat ATM bersama yang memungkinkan nasabah sebuah bank bisa mengambil uang di ATM bank lain (Kadir dan Terra, 2005: 22).

Setelah kehadiran ATM, kemudian hadir layanan perbankan yang bernama *electronic banking*. Salah satu bentuk layanan dari *electronic banking* adalah *Mobile Banking*. Menurut Sumarwan (2011: 346) *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank maupun ATM kecuali penarikan uang *cash*. Sistem pembayaran dengan menggunakan *Mobile Banking* menjadikan akses tidak terbatas oleh nasabah bank terhadap layanan perbankan yang dibutuhkan.

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan penggunaan smartphone membuat perbankan berlomba-lomba memberikan layanan aplikasi mobile. Hal ini pula yang dilakukan perbankan syariah dengan melakukan peluncuran layanan mobile dalam transaksi keuangan. Aplikasi *Mobile Banking* ini dapat diunduh langsung disitus resmi masing-masing bank syariah, misalnya untuk bank Muamalat dengan aplikasi Muamalat *Mobile* dan BRI Syariah dengan aplikasi *mobileBRIS*.

Dibandingkan dengan *e-banking* yang lain, *Mobile Banking* merupakan salah satu *elektronik banking* yang paling banyak digunakan. Dari hasil riset yang dilakukan dengan metode *face to face interview* oleh Kadence International menemukan bahwa *Mobile Banking* adalah jenis layanan perbankan yang paling banyak digunakan oleh nasabah yaitu sebesar 67%, disusul oleh *Internet Banking* sebesar 54%, dan *phone banking* sebesar 28% (<http://swa.co.id>, diakses tanggal 12 Oktober 2016).

Survei yang dilakukan oleh Kaspersky Lab dan B2B internasional menemukan lebih dari 30% perusahaan menggunakan *Mobile* untuk mengakses rekening dan transaksi keuangan perusahaan. Hasil survei juga menunjukkan 28% perusahaan kecil maupun menengah dan 34% korporasi melakukan transaksi keuangan melalui perangkat *Mobile*. Penggunaan *Mobile Banking* tidak hanya di bagian keuangan yaitu sebesar 63%, namun juga oleh petinggi perusahaan sebesar 54% dan karyawan sebesar 8% (<http://www.infokomputer.com>, diakses tanggal 30 Oktober 2016).

Di sisi lain hasil penelitian lembaga *Microsave* menunjukkan pengguna kartu SIM di Indonesia hampir 200 juta, sebanyak 20-40 persen di antaranya menggunakan ponsel pintar, sedangkan pengguna *Internet* untuk layanan keuangan di Indonesia hanya 0,73 persen dari total pengguna telepon seluler secara keseluruhan (<https://m.tempo.co>, diakses tanggal 29 Januari 2017). Hal ini menunjukkan tingkat kesadaran penggunaan telepon seluler untuk layanan keuangan masih sedikit.

Penggunaan uang kartal sebagai alat pembayaran mulai menimbulkan masalah terutama terkait besarnya risiko pencurian dan perampokan, serta risiko uang palsu. Uang kartal juga mengakibatkan turunnya efisiensi misalnya sebagai akibat dari panjangnya antrian di sentra-sentra pembayaran dan pemborosan lainnya yang diakibatkan oleh waktu tunggu untuk melakukan pembayaran. Namun terlepas dari berbagai kendala alat pembayaran tunai, penggunaan uang kartal dikalangan masyarakat Indonesia masih cukup tinggi (<http://www.bi.go.id>, diakses tanggal 29 Januari 2017).

Guna mengurangi penggunaan uang tunai maka Bank Indonesia memulai inisiatif untuk mengkampanyekan penggunaan transaksi non tunai dalam masyarakat alias *less cash society*. BI meluncurkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Tujuan dari GNNT adalah mengalihkan kebiasaan bertransaksi menggunakan uang tunai menjadi nontunai. Caranya bermacam-macam, mulai dengan transaksi melalui kartu kredit, kartu debit, uang elektronik, *Automated Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* maupun *Elektronik Banking* (<http://www.bi.go.id>, diakses tanggal 29 Januari 2017).

Kemudahan penggunaan *Mobile Banking* yang dapat melakukan transaksi keuangan sebagai pengganti uang kartal tidak lepas dari masalah keamanan dan keselamatan bagi para pengguna. Bentuk kejahatan cyber dapat terjadi karena dalam *Mobile Banking* data perbankan nasabah tersimpan di dalam aplikasi. Inilah yang membuat potensi risiko kejahatan cyber pada *Mobile Banking* lebih besar (<http://bisniskeuangan.kompas.com>, diakses tanggal 29 Januari 2017). Risiko kejahatan cyber ini, tentu membuat sebagian nasabah merasa belum yakin untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Keberhasilan layanan online seperti *Mobile Banking* tergantung dari bagaimana nasabah menerima sistem *Mobile Banking*. Oleh karena itu, penting bagi pihak bank untuk mengetahui bagaimana para konsumennya mengapresiasi jasa *Mobile Banking*. Dengan demikian, pihak bank perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan para nasabah menggunakan jasa pelayanan *Mobile Banking*.

Sebuah teknologi informasi yang dianggap rumit biasanya tidak akan sering digunakan. Penelitian tentang perilaku konsumen terhadap minat atau sikap terhadap penggunaan teknologi informasi telah dilakukan melalui perluasan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989: 320) mengemukakan bahwa persepsi nasabah atas persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi.

Technology Acceptance Model merupakan model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer, namun penelitian lanjutan telah dilakukan dengan berbagai macam perluasan, misal *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Online Banking*, *E-commerce* dan masih banyak lagi. Beberapa peneliti yang mengadopsi konsep TAM dari Davis untuk melakukan analisis persepsi nasabah terhadap penggunaan teknologi informasi sebagai layanan perbankan diantaranya: Safeena (2010), menggunakan empat faktor yang mempengaruhi adopsi *Internet Banking* yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kesadaran konsumen tentang *Internet Banking* dan persepsi resiko. Dimana menyimpulkan keempat faktor tersebut mempengaruhi adopsi *Internet Banking*.

Faramita Dwitama dan Mohammad Abdul Mukhyi (2012) melakukan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Internet Banking* dengan menggunakan Anjungan Tunai Mandiri pada Bank BCA, BRI dan Bank Syariah Mandiri. Pada ketiga bank tersebut persepsi kegunaan, persepsi

kemudahan penggunaan *Online Banking* dan persepsi informasi yang diterima mempengaruhi niat untuk mengadopsi *Internet Banking*.

Andrew Gunawan (2014) melakukan penelitian penerapan aplikasi *Technology Acceptance Model* pada minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan sikap berhubungan positif secara signifikan dengan minat nasabah Bank Central Asia di Kota Palembang untuk menggunakan Internet Banking. Selain itu juga ditemukan fenomena bahwa ternyata persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat, melainkan berpengaruh secara tidak langsung melalui sikap.

Fatima Mazhar et.al (2014) melakukan penelitian faktor-faktor yang berperan dalam membentuk sikap terhadap *Internet/ Mobile Banking* dengan mengadopsi model TAM di daerah pedesaan Bahawalpur, Pakistan. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan *Internet/ Mobile Banking*. Namun persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *Internet/ Mobile Banking*.

Mtiaz Arif, Sahar Afshan dan Arshian Sharif (2016) melakukan modifikasi model TAM yang dilengkapi dengan empat dimensi risiko (keuangan, privasi, waktu dan keamanan). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh negatif signifikan dari dua dimensi risiko yaitu risiko keuangan dan risiko privasi pada sikap konsumen untuk menggunakan *Mobile Banking*. Adapun risiko waktu dan keamanan tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan persepsi kemudahan

penggunaan, kegunaan dirasakan dan kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh positif signifikan pada sikap untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Dari penelitian terdahulu tersebut terlihat bahwa penelitian mengenai pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang dilakukan Safeena (2010), Faramita Dwitama dan Mohammad Abdul Mukhyi (2012), Andrew Gunawan (2014), Fatima Mazhar et.al (2014) dan Mtiaz Arif, Sahar Afshan dan Arshian Sharif (2016) menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking/ Internet Banking*.

Penelitian mengenai pengaruh persepsi keamanan yang dilakukan Andrew Gunawan (2014) menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking/ Internet Banking*. Sedangkan penelitian dan Mtiaz Arif, Sahar Afshan dan Arshian Sharif (2016) menunjukkan hasil berbeda yaitu persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking/ Internet Banking*.

Penelitian mengenai pengaruh persepsi kepercayaan yang dilakukan Fatima Mazhar et.al (2014) menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking/ Internet Banking*. Namun menurut peneliti persepsi kepercayaan merupakan faktor penting, karena pada dasarnya perbankan merupakan lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat, agar masyarakat bersedia menyimpan uangnya dibank, faktor kepercayaan sangat penting. Sedangkan *Mobile Banking* sendiri merupakan sebuah aplikasi teknologi baru yang belum banyak digunakan masyarakat,

sehingga faktor kepercayaan sangat penting agar masyarakat bersedia menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Surakarta dalam mengambil keputusan menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Tingkat kesadaran penggunaan telepon seluler untuk layanan keuangan di Indonesia masih rendah
2. Masyarakat masih terbiasa bertransaksi tunai dari pada bertransaksi non tunai seperti melalui *Mobile Banking*.
3. Adanya resiko kejahatan *cyber* membuat sebagian nasabah merasa belum yakin untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

1.3. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas penulis membatasi masalah untuk diteliti. Penulis hanya meneliti masyarakat Surakarta yang menggunakan *Mobile Banking* Syariah. Kemudian penulis hanya fokus meneliti tentang faktor manfaat,

kemudahan, kepercayaan dan keamanan penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah di kalangan masyarakat Surakarta.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?
4. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas,tujuan peneltian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta?

4. Untuk mengetahui apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariahdi Surakarta?

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini memberikan sumbangan keilmuan yang bermanfaat bagi dunia pendidikan dan perbankan terutama perbankan syariah. Mengenai pemahaman tentang pengaruh persepsi manfaat, kemudahan kepercayaan dan keamanan, terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.
- b. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain di permasalahan yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah

Bagi pihak perbankan syariah, terutama Bank Syariah diharapkan dengan penelitian ini bisa menjadi koreksi bagi pihak perbankan untuk bisa lebih menjaga kenyamanan nasabah dengan fasilitas *Mobile Banking* yang telah disediakan bank Syariah.

b. Bagi Peneliti

Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperkaya khasanah pustaka bagi ilmu-ilmu sosial terutama ilmu perbankan syariah.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini menjadi lima bab, yaitu:

Berisi tentang uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan istematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori dan penelitian sebelumnya. Diantaranya teori yang diulas dalam bab ini yaitu pengertian *mobile banking*, teori dari variabel yang diambil yaitu variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan dan keamanan, kemudian diuraikan juga tentang teori perilaku konsumen serta penelitian terdahulu yang menjadi pendukung untuk penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian, waktu dan wilayah penelitian, populasi dan sampel, variabel-variabel, definisi operasional variabel, data dan sumber data dan alat analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan analisis data, pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang perlu untuk diajukan penulis sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

BAB II **LANDASAN TEORI**

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Sistem Teknologi Informasi

1. Definisi Sistem Teknologi Informasi

Adanya sistem teknologi informasi memudahkan pekerjaan manusia, pekerjaan lebih efisien dan produktif. Menurut *Information Technology Association of America* (ITAA) yang dikutip oleh Sutarman (2009: 13) menyatakan bahwa, “teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen system informasi berbasis komputer, khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer”.

Menurut Mulyanto (2009:29), “Sistem informasi adalah suatu komponen yang terdiri dari manusia, teknologi informasi, dan prosedur kerja yang memproses, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Sutabri (2012:16) Sistem informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan gabungan dari manusia, *hardware*, *software*, jaringan komunikasi dan data yang saling berinteraksi untuk menyimpan, mengumpulkan, memproses, dan

mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi.

2. Fungsi Teknologi Informasi

Teknologi informasi dewasa ini menjadi hal yang sangat penting karena sudah banyak organisasi yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan organisasi. Penerapan teknologi informasi pada tiap perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang berbeda karena penerapan TI pada suatu organisasi adalah untuk mendukung kepentingan usahanya. Adapun yang menjadi tujuan dari adanya teknologi informasi menurut Sutarman (2009: 17), “untuk memecahkan masalah, membuka kreativitas, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan”.

Fungsi Teknologi Informasi menurut Sutarman (2009: 18) ada enam fungsi, yaitu :

- a. Menangkap (*Capture*)
- b. Mengolah (*Processing*)

Mengkompilasikan catatan rinci dari aktivitas, misalnya menerima input dari keyboard, scanner, mic dan sebagainya. Mengolah/ memproses data masukan yang diterima untuk menjadi informasi. pengolahan/ pemrosesan data dapat berupa konversi (pengubahan data ke bentuk lain), analisis (analisis kondisi), perhitungan (kalkulasi), sintesis (penggabungan) segala bentuk data dan informasi.

- 1) *Data processing*, memproses dan mengolah data menjadi suatu informasi.

2) *Information processing*, suatu aktivitas computer yang memproses dan mengolah suatu tipe/bentuk dari informasi dan mengubahnya menjadi tipe/bentuk yang lain dari informasi.

3) *Multimedia system*, suatu system komputer yang dapat memproses berbagai tipe/bentuk dari informasi secara bersamaan (simultan).

c. Menghasilkan (*Generating*).

Menghasilkan atau mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk yang berguna. Misalnya : laporan, tabel, grafik dan sebagainya.

d. Menyimpan (*Storage*)

Merekam atau menyimpan dan informasi dalam suatu media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya. Misalnya disimpan keharddisk, tape, disket, compact disc (CD) dan sebagainya.

e. Mencari kembali (*Retrieval*)

Menelusuri, mendapatkan kembali informasi atau menyalin (copy) data dan informasi yang sudah tersimpan, misalnya mencari supplier yang sudah lunas dan sebagainya.

f. Transmisi (*Transmission*)

Mengirimkan data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan computer. Misalnya mengirimkan data penjualan dari user A ke user lainnya dan sebagainya.

2.1.2. Mobile Banking

1. Pengertian *Mobile Banking*

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor : 9/15/PBI/2007, layanan perbankan melalui media elektronik atau selanjutnya disebut *electronic banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, *Phone Banking*, *Electronic Fund Transfer*, *Internet Banking*, *Mobile Phone* (www.bi.go.id, diakses tanggal 29 Januari 2017).

Istilah *Mobile Banking* dianggap berkaitan erat fasilitas perbankan dapat diakses langsung melalui komunikasi bergerak seperti telepon selular/ handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). Dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.

Riswandi (2005: 83) berpendapat bahwa M-Banking merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. M-Banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone

2. Manfaat *Mobile Banking*

Mobile Banking dapat menggantikan sebagian besar fungsi dari sebuah bank hanya dengan sebuah mesin, walaupun adabeberapa fungsi yang tidak dapat digantikan seperti penarikan cash. Penggunaan *Mobile Banking* sangat pesat dan

memiliki manfaat dan kemudahan yang sangat luas. Adapun manfaat menggunakan *Mobile Banking* adalah sebagai berikut:

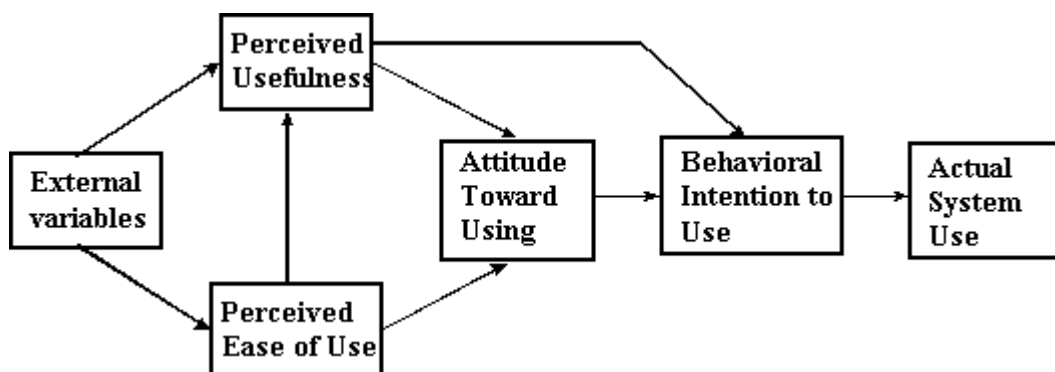
- a. Transfer antar rekening
- b. Transfer Antar Bank
- c. Pembayaran Tagihan PLN
- d. Pembayaran PLN Non Tagihan Listrik
- e. Pembayaran Tagihan Telepon
- f. Pembayaran Flexy Postpaid
- g. Pembayaran Kartu HALO
- h. Pembayaran XL Postpaid
- i. Pembayaran Esia Postpaid
- j. Pembayaran Smartfren Postpaid
- k. Pembayaran Speedy
- l. Pembayaran Telkomvision
- m. Donasi
- n. Pembayaran Pendidikan
- o. Pembelian PLN Prepaid (Token)
- p. Pembelian Pulsa Telkomsel, Indosat, XL, Flexi, Esia dan Smartfren.

(<http://www.brisyariah.co.id>, diakses tanggal 29 Januari 2017).

2.1.3. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. TAM dikembangkan oleh Davis et al. berdasarkan model *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) (Davis et al, 1989: 320).

TAM dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan tentang perilaku pengguna komputer yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Tujuan model ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Model ini menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variable, yaitu: kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan manfaat (*usefulness*). Kedua variabel ini dapat menjelaskan aspek perilaku pengguna yang menjelaskan bahwa persepsi pengguna akan menentukan sikapnya dalam penggunaan teknologi tersebut. Model dari TAM dapat dilihat di Gambar 2.1.



Gambar 2.1
Hubungan antar konstruk TAM

Technology Acceptance Model yang diusulkan ditunjukkan pada Gambar 2.1, dengan panah mewakili hubungan kausal. Model ini menempatkan sikap sebagai *dependent* variabel, serta *perceived usefulness* dan *ease of use* sebagai independen variabel. Kedua variabel independen ini dianggap dapat menjelaskan perilaku penggunaan.

Menurut Davis, F.D. (1989), tujuan dasar dari TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor apa saja yang menentukan penerimaan teknologi yang mampu menjelaskan perilaku penggunanya. Model TAM yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi, perilaku akuntansi, dan psikologi. Menurut Gefen (2002) sampai saat ini TAM merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi (Satrio Pandutomo: 2011: 16). Jadi TAM memberikan konsep bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru.

2.1.4. Persepsi dalam Pandangan Islam

Beberapa bentuk emosi yang dimiliki manusia bisa memengaruhi persepsinya. Kecintaan pada seseorang yang berlebihan menjadikan lupa untuk mengetahui kekurangan yang ada pada orang yang dicintai. Begitu juga dengan kebencian pada seseorang menyebabkan kita hanya memerhatikan kejelekannya

saja tanpa melihat kebajikannya. Rasulullah saw mengisyaratkan bahwa semua dorongan dan emosi yang terdapat dalam diri kita dapat menghalangi persepsi dan pikiran secara benar.

Sabda Rasulullah saw: “Cinta kepada dunia merupakan pangkal setiap kesalahan dan cintamu kepada sesuatu akan menjadikan dirimu buta dan tuli)”
Diriwayatkan oleh Anas ra.

Hadits ini mengisyaratkan bahwa kecintaan kepada dunia dapat memperlambat cara berpikir yang benar dan menghalangi persepsi kita secara tepat. Mencintai sesuatu secara berlebihan dapat menyebabkan buta dan tuli karena panca indera dan cara berpikir cenderung akan keliru.

Ada jenis persepsi yang menarik, yaitu persepsi yang muncul di luar pancaindera (indera keenam). Dalam Al-Quran dan hadits terdapat petunjuk tentang persepsi ini. Dalam Q.S. Yusuf ayat 94 menyatakan bahwa Nabi Ya“qub as dapat mencium bau anaknya dari jarak jauh. Ini terjadi ketika kendaraan yang membawa pakaian Nabi Yusuf as dari Mesir yang tengah menuju ke sebuah negeri dimana Nabi Ya“qub as tinggal.

وَلَمَّا فَصَلَتِ الْعِيرُ قَالَ أَبُوهُمْ إِنِّي لَأَجِدُ رِيحَ يُوسُفَ لَوْلَا أَن تَفْتِنُونِ ﴿٩٤﴾

Artinya: “(Tatkala kafilah itu telah keluar (dari Mesir) ayah mereka berkata, “Sesungguhnya aku mencium bau Yusuf, sekiranya kamu tidak menuduhku lemah akal (tentu kamu membenarkan aku)”.. (Q.S. Yusuf ayat 94)

Dalam hadits yang diriwayatkan oleh diriwayatkan oleh Abu Dzarr ra, Rasulullah saw dapat melihat sesuatu yang akan terjadi pada umatnya di masa yang akan datang yang menaklukkan Kerajaan Parsi dan Romawi. Oleh karena itu

beliau menyatakan dirinya takut jika kaum muslimin berlomba mengejar dan menimbun harta benda. Berlomba mengejar harta benda akan membinasakan mereka semua seperti umat terdahulu.

Rasulullah saw bersabda: “Sesungguhnya aku melihat sesuatu yang tidak dapat kalian lihat dan mendengar sesuatu yang tidak dapat kalian dengar, langit bergemuruh dan bersuara, saat itu hanya ada tempat yang dapat digunakan malaikat untuk meletakkan keeningnya bersujud kepada Allah swt karena tempat itu selebar empat jari.”

Proses persepsi dilalui dengan proses penerimaan stimulus pada reseptor yaitu indera, yang tidak langsung berfungsi setelah dia lahir, tetapi akan berfungsi sejalan dengan perkembangan fisiknya (Najati, 2005:135). Di dalam Al-Qur’an terdapat terdapat beberapa ayat yang maknanya berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain dalam QS. An-Nahl ayat 78 dan As-Sajdah ayat 9, yaitu :

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا

تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam Keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.” (QS. An-Nahl ayat 78).

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا

تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: “Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan dan hati; (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur.” (QS. As-Sajdah ayat 9).

Ayat tersebut memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan dengan tidak mengetahui sesuatu apapun, maka Allah melengkapi manusia dengan alat indera sehingga dapat merasa atas apa yang terjadi padanya dari pengaruh-pengaruh luar yang baru dan mengandung perasaan-perasaan yang berbeda sifatnya antara satu dengan yang lainnya. Dengan alat indera tersebut, manusia akan mengenali lingkungannya dan hidup di dalam lingkungan tersebut.

2.1.5. Persepsi Manfaat Penggunaan *Mobile Banking*

Untuk memahami persepsi manfaat peneliti mendasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis (1989:320) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai *the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*, yaitu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan performa pekerjaan mereka. Persepsi manfaat sistem teknologi informasi berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas dalam meningkatkan kinerja orang yang menggunakan teknologi informasi tersebut.

Selanjutnya Adamson dan Shine dalam Wanandi (2014: 25) mendefinisikan persepsi manfaat suatu teknologi informasi sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka.

Berdasarkan pendapat tersebut persepsi manfaat *mobile banking* merupakan pandangan nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah setelah menggunakan *Mobile Banking* yaitu peningkatan kinerja. Persepsi manfaat penggunaan juga memberikan indikasi bahwa penggunaan *Mobile Banking* menambah tingkat produktifitas dan meningkatkan efektifitas kinerja individu dibandingkan tanpa menggunakan *Mobile Banking*. Ketika nasabah telah menggunakan layanan sistem teknologi informasi seperti *Mobile Banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan tersebut. Jika penggunaan *Mobile Banking* dapat meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas kinerja serta bermanfaat bagi nasabah maka akan menimbulkan minat untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Dalam penelitian Davis (1989: 331) guna membentuk konstruk persepsi manfaat menggunakan 6 buah item yaitu:

1. *Work more quickly* (bekerja lebih cepat)
2. *Job performance* (meningkatkan performa pekerjaan)
3. *Increase Productivity* (meningkatkan produktifitas)
4. *Effectiveness* (efektif)
5. *Makes Job easier* (membuat pekerjaan lebih mudah)
6. *Usefull* (bermanfaat)

Adapun Indikator pengukuran persepsi manfaat dalam penelitian ini dimodifikasi dari dimensi manfaat Venkatesh dan Davis (2000: 201) sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja (*improves job performance*).

2. Menambah tingkat produktifitas (*increases productivity*).
3. Meningkatkan efektifitas (*enhances effectiveness*).
4. Bermanfaat (*the system is useful*).

Penelitian tentang pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan sistem teknologi informasi telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Venkatesh dan Morris (2003) dalam Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho (2011:6) menyatakan bahwa terdapat pengaruh penting manfaat dalam memahami respon individual terhadap teknologi informasi. Penelitian Chen dan Ching, (2002), Heijden et al., (2003) dan Lin dan Chang, (2011) dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 481), Safeena et al (2010) menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh langsung yang signifikan pada perilaku niat untuk menggunakan sistem *online* tertentu. Dalam konteks layanan bisnis mobile, peneliti seperti Kleijnen et al, 2004 dan Wang et.al, 2006 dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 481) menemukan bahwa persepsi manfaat merupakan kekuatan vital yang mempengaruhi pertimbangan konsumen menggunakan layanan bisnis *mobile*.

2.1.6. Persepsi Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking*

Untuk memahami persepsi kemudahan peneliti mendasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM). Definisi persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*) menurut Davis et al. (1989:320) adalah “*the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*”, yang berarti

tingkatan dimana pemakai percaya bahwa teknologi/ sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa anggapan konsumen tentang kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi, jika konsumen menganggap tidak memerlukan banyak upaya untuk menggunakannya dan mudah mempelajari penggunaan sistem tersebut. Dengan kata lain untuk menghindari penolakan dari pengguna atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan begitu pengguna akan bersedia menggunakan sistem tersebut. Jika layanan sistem teknologi informasi seperti *Mobile Banking* memiliki tampilan yang simpel dan akrab bagi pengguna, maka pelanggan cenderung melihat sebagai sesuatu yang mudah digunakan, dan persepsi ini akan membangun minat untuk menggunakannya.

Kontek persepsi kemudahan penggunaan *Mobile Banking* Dalam penelitian ini, berarti nasabah percaya bahwa bertransaksi melalui *Mobile Banking* mudah untuk dipahami. Persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) bagi nasabah dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi melalui *Mobile Banking*. Dengan demikian, bila layanan *Mobile Banking* dipersepsikan mudah digunakan oleh para nasabah maka layanan tersebut akan sering digunakan, sehingga mempengaruhi minat untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Dalam penelitian Davis (1989: 331) guna membentuk konstruk persepsi kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi menggunakan 6 buah item yaitu:

1. *Easy to Learn* (sistem mudah dipelajari penggunaannya)
2. *Controllable* (sistem mudah dijalankan)
3. *Clear & Understandable* (sistem jelas dan mudah dimengerti)
4. *Flexible* (fleksibel)
5. *Easy to Become Skillful* (mudah dan menjadi terampil menggunakan)
6. *Easy to Use* (mudah digunakan)

Adapun indikator pengukuran persepsi manfaat dalam penelitian ini dimodifikasi dari dimensi kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi menurut Venkatesh dan Davis (2000: 201) sebagai berikut:

1. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha (*does not require a lot of mental effort*).
3. Mudah digunakan (*easy to use*).
4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Alasan peneliti mengambil indikator persepsi kemudahan tersebut adalah karena model TAM yang dikembangkan oleh Davis F.D (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi, perilaku akuntansi, dan psikologi. Pada penelitian Davis F.D (1989) menggunakan perangkat komputer sebagai obyek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan *Mobile Banking*, yang pada dasarnya sama-sama merupakan

teknologi informasi. Sebagai mana menurut Davis, F.D. (1989), tujuan dasar dari TAM adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor apa saja yang menentukan penerimaan teknologi yang mampu menjelaskan perilaku penggunanya. Menurut Wang et al., (2006) dalam Payam et al., (2012: 66) faktor ini penting tidak hanya di adopsi dari sistem informasi dan komputasi, tetapi juga di *Mobile commerce*.

Studi yang ada dilakukan oleh Chen et al., (2002), Heijden et al., (2003) dan Guriting (2006) dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 482), Safeena et al (2010) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan adalah atribut utama aplikasi e-bisnis seperti perdagangan internet, *I-Banking* dan *Mobile commerce*.

2.1.7. Persepsi Kepercayaan Penggunaan *Mobile Banking*

Seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun (*account hacking*), faktor kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *electronic banking* dalam transaksi perbankan. Menurut Meilianasari (2012:32) Kepercayaan adalah kemampuan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggungjawab.

Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Mahardika dan Basuki, 2011: 169).

Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepercayaan juga membantu pengguna untuk mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi kemungkinan yang tidak diinginkan (Hadri dan Rendha, 2011:140).

Menurut Fatima Mazhar et.al. (2014: 483) “ *Trust, the degree to which a person believes that others will live up to his expectations and will not take undue advantage of the situation*”, yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa orang lain akan memenuhi harapan dan tidak akan mengambil keuntungan yang tidak semestinya dari situasi.

Menurut Hwang & Kim (2006) dalam Doni Purnama Alamsyah dan Rizki Anugrah (2015: 468) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*). Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.

2. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh

penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen.

3. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benars esuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. *Integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran, pemenuhan, kesetiaan, keterusterangan, keterkaitan, dan kehandalan

Menurut Peralta dan Novak (1999) dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 482), isu kecemasan nasabah berkaitan dengan kurangnya kepercayaan dan keamanan, termasuk takut kebocoran informasi pribadi, kurangnya keuntungan dalam bisnis dan kurangnya standar untuk pembayaran yang aman, akan menciptakan penghalang terhadap suksesnya implementasi dan adopsi *e-commerce*. Selanjutnya Fatima Mazhar et.al (2014: 483) berpendapat adanya kepercayaan penuh akan memainkan peran penting dalam mengurangi kecemasan ini. Dengan membantu mengurangi kemungkinan ketidakpastian, ambiguitas, risiko dan penipuan terkait dengan transaksi keuangan di *e-commerce* sehingga meningkatkan kemungkinan pelanggan mengadopsi *I-banking / M-banking*.

Dalam konteks penelitian ini persepsi kepercayaan berarti kepercayaan nasabah terhadap produk dari *Mobile Banking*, yaitu mengenai tingkat keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh pihak perbankan. Saat nasabah mempunyai kepercayaan yang tinggi, maka dapat dijadikan ukuran perilaku untuk

menumbuhkan minat dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. Jika seorang nasabah percaya dan yakin akan suatu kinerja sistem yang baik, maka akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya.

2.1.8. Persepsi Keamanan Penggunaan *Mobile Banking*

Keamanan informasi dapat mencegah penipuan atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi. Hasil penelitian Sathye dalam Almuntha (2008:17) menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan dimedia membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan berkurang. Menurut Casalo et al., dalam Zahid et al., (2010:47) dari sudut pandang konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Adapun indikator untuk mengukur persepsi keamanan menurut Durkin et al., 2008 dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 483) adalah:

1. Melindungi informasi pribadi
2. Keamanan transaksi keuangan

Keamanan menjadi perhatian utama seorang individu yang akan menggunakan layanan *Mobile Banking*. Adanya peristiwa mulai dari pengungkapan privasi dan kerugian finansial, yang menyebabkan kerugian bagi individu dapat mengurangi kesediannya untuk menggunakan *Mobile Banking*. Menurut Casalo et al., dalam Zahid et al., (2010:47) dari sudut pandang

konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*.

Banyak penelitian sebelumnya seperti Cheung, Liao (2002) dan Durkin et al. (2008) dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 483), mengidentifikasi bahwa informasi pribadi dan keamanan transaksi keuangan sebagai salah satu faktor penentu penggunaan *M-Banking & I-Banking*.

Dalam konteks penelitian ini persepsi keamanan berarti penggunaan sistem teknologi informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Dengan demikian jika nasabah mempunyai persepsi bahwa layanan *Mobile banking* memiliki tingkat keamanan yang tinggi, akan menimbulkan minat nasabah untuk menggunakannya.

2.1.9. Minat Manggunakan *Mobile Banking*

Minat berperilaku adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya. Perilaku (*behaviour*) adalah tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam konteks penggunaan system informasi, perilaku (*behaviour*) adalah penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi (Jogiyanto, 2008:29).

Menurut Al Smadi (2012), faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.

- b. Faktor motif sosial, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- c. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Di dalam penelitian ini termasuk golongan yang ketiga yaitu faktor emosional, sebab dalam penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu, objek yang dimaksud adalah *Mobile banking*.

Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *Mobile banking* adalah kecenderungan tertarik pada *Mobile banking* yang relatif tetap untuk memperhatikan dan mengingat yang diikuti rasasenang untuk menggunakan *Mobile banking* dan menggunakan kembali dimasa yang akan datang. Untuk merepresentasikan variabel minat agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka dalam penelitian ini menggunakan indikator-indikator yang diadaptasi dari minat menggunakan E banking oleh Jogiyanto (2008: 77) dalam Dwimastia (2014: 20), yaitu:

1. Keinginan menggunakan.

Para nasabah yang berminat bertransaksi *Mobile Banking* akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.

2. Akan tetap menggunakan di masa depan.

Apabila para nasabah merasa puas dengan layanan *Mobile Banking* tersebut, maka para nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.

2.2. Penelitian yang Relevan

1. Davis (1989) yang berjudul “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”. Penelitian ini menemukan bahwa Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi.
2. Safeena et.al (2010) yang berjudul “*Customer Perspectives on E-business Value: Case Study on Internet Banking*”. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kesadaran konsumen tentang *internet banking* dan persepsi resiko mempengaruhi adopsi *Internet Banking*.
3. Faramita Dwitama dan Mohammad Abdul Mukhyi (2012) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus pada Bank BCA, BRI dan Bank Syariah Mandiri)”. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan *online banking* dan persepsi informasi yang diterima mempengaruhi niat untuk mengadopsi *Internet Banking*.
4. Andrew Gunawan (2014) yang berjudul “*Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah untuk Menggunakan Internet Banking*”. Penelitian

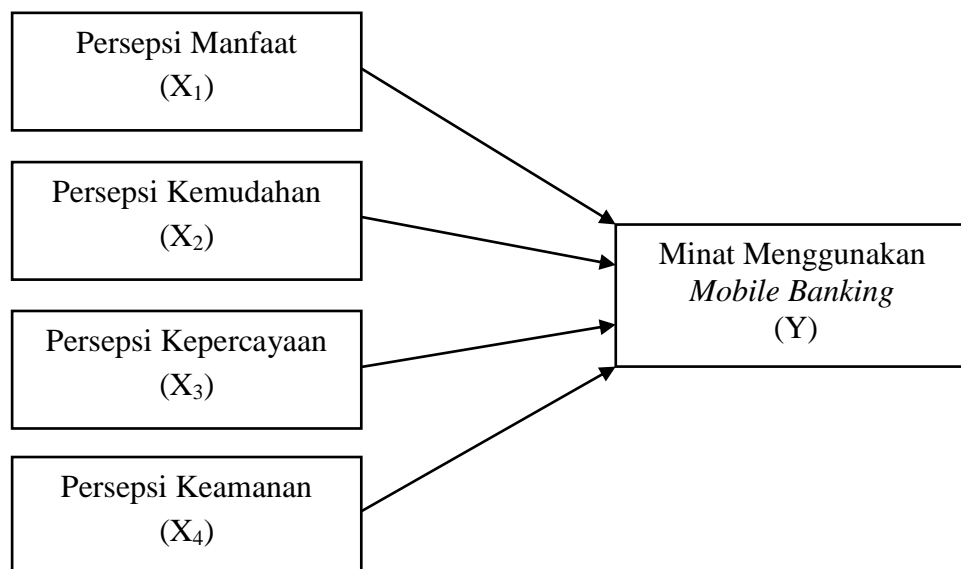
ini menemukan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan sikap berhubungan positif secara signifikan dengan minat nasabah Bank Central Asia di Kota Palembang untuk menggunakan *Internet Banking*. Selain itu juga ditemukan fenomena bahwa ternyata persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat, melainkan berpengaruh secara tidak langsung melalui sikap.

5. Fatima Mazhar et.al (2014) yang berjudul “*An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan*”. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan internet/ mobile banking. Namun persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan *Internet/ Mobile Banking*.
6. Mtiaz Arif, Sahar Afshan dan Arshian Sharif (2016) yang berjudul “*Mobile Banking Adoption in a Developing Country: Evidence from Modified TAM*”. Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh negatif signifikan dari dua dimensi risiko yaitu risiko keuangan dan risiko privasi pada sikap konsumen untuk menggunakan *mobile banking*. Adapun resiko waktu dan keamanan tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, kegunaan dirasakan dan Kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh positif signifikan pada sikap untuk menggunakan *Mobile Banking*.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori dan studi empiris penelitian terdahulu, maka dapat dibuat sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan Mobile Banking
2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan

2.4. Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Untuk menghindari penolakan dari pengguna sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa mengeluarkan usaha yang dianggap memberatkan, dengan begitu pengguna akan mau menggunakan sistem tersebut. Menurut Davis (1989: 320) ‘*people tend to use or not use an application to the extent they believe it will help them perform their job better.*’ Artinya orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan suatu aplikasi teknologi informasi, sejauh mereka percaya bahwa hal itu akan membantu pekerjaan mereka menjadi lebih baik.

Dengan demikian seseorang akan berminat menggunakan *Mobile Banking* jika merasa *Mobile Banking* dapat bermanfaat, yaitu membantu pekerjaan mereka menjadi lebih baik. Maka hipotesis yang akan diuji:

H₁: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah.

2.4.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Menurut Davis (1989: 320) ‘*an application perceived to be easier to use than another is more likely to be accepted by users.*’ Artinya aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain, akan memungkinkan untuk diterima oleh pengguna. Dengan kata lain jika seseorang merasa bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan maka dia akan bereaksi positif terhadap sistem

tersebut dan akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi terlalu rumit maka akan cenderung menghindarinya.

Dengan demikian seseorang akan berminat menggunakan *mobile banking* jika merasa aplikasi *Mobile Banking* mudah untuk digunakan. Maka hipotesis yang diuji berdasarkan uraian diatas adalah:

H₂: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah.

2.4.3. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Menurut McGoldrick and Laforet dalam Fatima Mazhar (2014: 483) '*that one of the reason people may choose not to adopt M-Banking & I-Banking is the privacy and secrecy concerns governing these new electronic channels being offered by financial institutions and banks.*' Artinya bahwa salah satu alasan yang memungkinkan orang memilih untuk tidak mengadopsi *M-Banking* dan *I-Banking* adalah kekhawatiran tentang privasi dan kerahasiaan dalam chanel/ aplikasi elektronik baru yang ditawarkan oleh lembaga keuangan dan bank.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan jika seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem informasi dapat menjaga kerahasiaan penggunaanya maka dia akan bereaksi positif terhadap sistem tersebut dan akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak dapat menjaga kerahasiaan penggunaanya maka tentu tidak akan menggunakannya. Dengan demikian seseorang yang merasa percaya bahwa aplikasi *Mobile Banking* dapat menjaga kerahasiaan dan privasi pelanggan, tentu

akan berminat menggunakan *Mobile Banking*. Maka hipotesis yang diuji berdasarkan uraian diatas adalah:

H₃: Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah.

2.4.4. Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Menurut Fatima Mazhar (2014: 483) ‘*Greater the customers perception about the risk associated with the use of internet, greater will be the importance of security for customer.*’ Artinya bahwa sebagian besar persepsi pelanggan yang terkait tentang risiko penggunaan *Internet*, menganggap pentingnya keamanan bagi pelanggan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan jika seseorang menilai suatu sistem informasi aman untuk digunakan maka dia akan bereaksi positif terhadap sistem tersebut dan cenderung akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa suatu sistem informasi tidak aman untuk digunakan maka tentu tidak akan menggunakannya. Dengan demikian seseorang yang merasa bahwa aplikasi *Mobile Banking* aman untuk digunakan, tentu akan berminat menggunakan *Mobile Banking*. Maka hipotesis yang diuji berdasarkan uraian diatas adalah:

H₄: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk melaksanakan penelitian ini adalah dari bulan September-Desember 2016.

3.1.2. Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Surakarta.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2013: 8) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis, yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* Bank Syariah di Surakarta?

Sedangkan penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen)

tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain Sugiyono (2013: 13). Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai persepsi konsumen tentang manfaat, kemudahan, kepercayaan, keamanan dan minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan (*universum*) dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2013:101). Sedangkan menurut Sugiyono (2013: 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surakarta yang menggunakan *Mobile Banking*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga tidak memungkinkan untuk diteliti seluruhnya, maka penelitian ini diteliti dengan sampel.

3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dilakukan sebuah sampling. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono (2013: 81).

Sutrisno Hadi dalam Narbuko dan Achmadi (2013:107) menyatakan “Sampel atau contoh adalah sebagian obyek atau subyek yang diselidiki dari keseluruhan obyek atau subyek penelitian. Selain itu, sampel juga merupakan bagian dari populasi yang benar-benar mewakili dari permasalahan yang akan diteliti”.

Obyek dalam penelitian ini adalah masyarakat Surakarta yang menggunakan *mobile banking*, yang diambil secara acak atau *random*. Menurut Sugiyono (2013: 80) *Random Sampling* adalah metode sampling sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2010: 255), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right) = \left(\frac{(1,96 \cdot (0,25))}{0,05} \right) = 96,04$$

Dengan begitu peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran 96,04 akan memberikan selisih estimasi kurang dari 0,05. Jadi, sampel yang diambil sebesar 97 orang dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4. Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian menurut Sugiyono (2012: 225) terdiri dari sumber data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer

yaitu sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung dari nasabah Bank BRI Syariah menggunakan kuesioner.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data ini bersifat kondisional tergantung situasi dan kondisi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145). Tujuan observasi dalam penelitian dilakukan untuk mendapatkan memberikan gambaran yang lebih realistik tentang subyek penelitian.

3.5.2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Setyadin dalam Gunawan (2013:160). Sedangkan Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) berpendapat “Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan guna memperoleh informasi tentang subyek penelitian apakah cocok dijadikan sampel penelitian atau tidak.

3.5.3. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sugiyono (2013: 137). Penyebaran kuesioner diberikan kepada konsumen untuk mengetahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan dan minat menggunakan *Mobile Banking*.

3.6. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono (2013:38). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen).

1. Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah.
2. Variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2012:59). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel

yaitu persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2), persepsi kepercayaan (X_3) dan persepsi keamanan (X_4).

3.7. Definisi Operasional Variabel

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai variabel dalam penelitian ini, akan dijelaskan definisi operasional masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Minat menggunakan *Mobile Banking* adalah kecenderungan tertarik pada *Mobile Banking* yang relatif tetap untuk memperhatikan dan mengingat yang diikuti rasa senang untuk menggunakan *Mobile Banking* dan menggunakan kembali dimasa yang akan datang

Indikator-indikator untuk mengukur variabel minat diadaptasi dari Bhattacharjee (2001) dalam Jogiyanto (2008: 77), yaitu:

a. Keinginan menggunakan

Para nasabah yang berminat bertransaksi lewat *Mobile Banking* akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut.

b. Akan tetap menggunakan di masa depan.

Apabila para nasabah merasa puas dengan layanan *Mobile Banking* tersebut, maka para nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.

2. Persepsi Manfaat (X_1)

Persepsi manfaat adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan performa pekerjaan mereka.

Adapun indikator pengukuran persepsi manfaat dalam penelitian ini dimodifikasi dari persepsi manfaat Venkatesh dan Davis (2000: 201) sebagai berikut:

5. Meningkatkan kinerja (*improves job performance*).
6. Menambah tingkat produktifitas (*increases productivity*).
7. Meningkatkan efektifitas (*enhances effectiveness*).
8. Bermanfaat (*the system is useful*).

3. Persepsi Kemudahan (X_2)

Persepsi kemudahan adalah tingkatan dimana pemakai percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Adapun indikator pengukuran persepsi manfaat dalam penelitian ini dimodifikasi dari persepsi kemudahan Venkatesh dan Davis (2000: 201) sebagai berikut:

- a. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Mudah digunakan (*easy to use*).
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

4. Persepsi Kepercayaan (X_3)

Persepsi kepercayaan adalah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa orang lain akan memenuhi harapan dan tidak akan mengambil keuntungan yang tidak semestinya dari situasi. Adapun indikator pengukuran persepsi kepercayaan dalam penelitian ini menggunakan dimensi kemudahan menurut Hwang & Kim

(2006) dalam Doni Purnama Alamsyah dan Rizki Anugrah (2015: 468) yaitu: kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*)

5. Persepsi Keamanan (X_4)

Persepsi keamanan adalah kemampuan pihak perbankan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan *online*. Adapun indikator pengukuran persepsi keamanan dalam penelitian ini berdasarkan konstruk keamanan menurut Durkin et al., 2008 dalam Fatima Mazhar et.al (2014: 483) yaitu:

- a. Melindungi informasi pribadi
- b. Keamanan transaksi keuangan

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif, dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

3.8.1. Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik Deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktik-praktik yang berlaku serta membuat perbandingan atau evaluasi. Statistik deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti nilai tertinggi, nilai terendah, *mean*, standar deviasi dan varian.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik terhadap variabel yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui

apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi-asumsi klasik. Asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas data, heterokedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi.

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak (Priyatno, 2012:54). Regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual mendistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Apabila dilihat dari grafik histogram, data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang pada sisi kanan maupun sisi kirinya dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna. Apabila dilihat dengan *normal p-plot* data dikatakan berdistribusi normal jika gambar berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2012:160).

Pengujian normalitas menggunakan uji statistik *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) maka H_0 diterima, yaitu variabel residual terdistribusi normal.
- b. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) maka H_0 ditolak, yaitu variabel residual tidak terdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas (Ghozali,2012:137). Heterokedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Hasil penaksiran dapat menjadi kurang, melebihi atau menyestakan.

Untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan melihat pola tertentu pada grafik, jika ada titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas juga dapat dilakukan dengan melakukan pengujian *Park-Heterokedastisitas*, metode *Glejser*, metode *Goldfeld-quandt* dan metode *Spearman Rank Correlation*. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada heterokedastisitas atau sebaliknya.

Berdasarkan nilai signifikan juga bisa digunakan untuk menguji ada atau tidaknya heterokedastisitas, yaitu dengan membandingkannya dengan *level of signifikan* (α). Jika nilai signifikan lebih besar dari *level of signifikan* (α) berarti tidak ada heterokedastisitas atau sebaliknya. Besarnya nilai signifikan yaitu dengan membandingkan *level of signifikan* (α):

a. Signifikan $t > 0,05$ berarti tidak ada heterokedastisitas.

b. Signifikan $t < 0,05$ berarti ada heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2012:105).

Multikolinearitas akan terlihat semakin jelas dengan semakin kuatnya korelasi antara dua atau lebih variabel-variabel independen. Sehingga koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir dan nilai standar *error* setiap koefisien regresi akan meningkat menjadi tak terhingga.

Cara mendeteksi ada tidaknya hubungan multikolinearitas diantara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat adalah dengan melihat *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, jika *Tolerance Value* di bawah 0,1 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) di atas 10 maka terjadi multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari *residual* untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtutan waktu (Priyatno, 2010:75). Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model

regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi problem autokorelasi. Model regresi yang baik terbebas dari autokorelasi (Ghozali, 2012:110).

Untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi atau tidak dalam suatu model regresi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW). Jika nilai DW lebih besar dari batas atas (du) dan kurang dari $4 - du$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi (Ghozali, 2012: 110).

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang mengandung makna bahwa jika menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi (Priyatno, 2010:78). Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya. Regresi merupakan alat analisis statistik yang dapat membantu peneliti untuk melakukan prediksi atas variabel terikat dengan mengetahui kondisi variabel bebas.

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan *mobile banking*

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien regresi
X_1	= Persepsi manfaat
X_2	= Persepsi kemudahan
X_3	= Persepsi kepercayaan
X_4	= Persepsi keamanan
e	= Faktor kesalahan

3.8.4. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Uji F merupakan pengujian koefisien regresi secara simultan. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan) yang dimasukkan dalam model memberikan pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (minat menggunakan *Mobile Banking*).

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak ada pengaruh antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

$$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 = \beta_4 = 0$$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh antara variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

- 2) Menentukan taraf signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$
- 3) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

- 4) Uji signifikansi

$$F_{reg} = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinan

n = jumlah sampel

k = jumlah prediktor variabel bebas

- 5) Kesimpulan

Dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka H_0 diterima atau ditolak.

2. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. R^2 menunjukkan seberapa jauh kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Semakin besar R^2 nya, berarti semakin besar proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Semakin besar R^2 semakin baik begitu pula sebaliknya (Priyatno, 2010:83).

3.8.5. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji statistik t dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . t_{tabel} dapat dicari dengan $df = n - k - 1$, dimana k adalah jumlah variabel independen (Astuti, 2013:57).

Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* secara individual dilakukan dengan menggunakan uji t.

Langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

1. Menentukan H_0 dan H_a

$H_0 = \beta = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a = \beta \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

2. *Level of significance* = $\alpha = 0,05$
3. Derajat kebebasan (dk) = $n - 1 - k$

$$t_{tabel} = (\alpha/2; (n - 1 - k))$$

4. Kriteria pengujian:

Jika nilai *sig.* $< \alpha$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Jika nilai *sig.* $> \alpha$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

5. Kesimpulan

Dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} maka H_0 diterima atau ditolak.

3.8.5. Pengolahan Data

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan aplikasi *SPSS 20.0 for windows*, yaitu perangkat lunak komputer untuk membantu mengolah data statistik. Seperti program komputer lainnya di dalam aplikasi ini terdapat menu dan *toolbar*, namun karena *software* ini dibuat bertujuan untuk mengolah data maka perangkat lunak ini mirip dengan *Microsoft Excel* yaitu terdapat kertas kerja sehingga memudahkan dalam penggunaan komputasi statistik (Astuti, 2013:5).

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Untuk memberikan gambaran umum dalam penelitian ini akan dideskripsikan karakteristik responden dan deskripsi data penelitian.

4.1.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian adalah masyarakat Surakarta yang menggunakan *mobile banking*, yang diambil secara acak atau *random*. Adapun jumlah responden adalah 100 orang. Dibawah ini akan dijelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan perbulan dan penggunaan *mobile banking* dalam satu bulan.

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin ditampilkan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2016

Tabel diatas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah persentase responden laki-laki sebanyak 54% sedangkan responden perempuan sebanyak 46%. Dengan

demikian sebagian besar konsumen dalam penelitian ini yang menggunakan *mobile banking* adalah laki-laki.

2. Usia

Karakteristik responden menurut usia ditampilkan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	9	9%
21 - 30 tahun	19	19%
31 - 40 tahun	33	33%
41 - 50 tahun	27	27%
> 50 tahun	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2016

Tabel diatas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9%) berusia < 20 tahun, sebanyak 19 orang (19%) berusia 21 - 30 tahun, sebanyak 33 orang (33%) berusia 31 - 40 tahun, sebanyak 27 orang (27%) berusia 41 - 50 tahun, dan 12 orang (12%) berusia > 50 tahun. Dengan demikian sebagian besar responden dalam riset ini berusia 31 - 40 tahun.

3. Deskripsi Pekerjaan Responden

Karakteristik responden menurut pekerjaan ditampilkan pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	9	9%
Pegawai BUMN	12	12%
Karyawan swasta	39	39%
Wiraswasta	22	22%
Pelajar/mahasiswa	11	11%
Buruh	3	3%
TNI/ POLRI	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9%) bekerja sebagai PNS, sebanyak 12 orang (12%) bekerja sebagai pegawai BUMN, sebanyak 39 orang (39%) bekerja sebagai karyawan swasta, sebanyak 22 orang (22%) bekerja sebagai Wiraswasta, sebanyak 11 orang (11%) bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, sebanyak 3 orang (3%) bekerja sebagai buruh, dan sebanyak 4 orang (4%) bekerja sebagai TNI/ POLRI. Dengan demikian sebagian besar responden dalam riset ini bekerja sebagai karyawan swasta.

4. Deskripsi Pendapatan Perbulan Responden

Karakteristik responden menurut pendapatan perbulanditampilkan pada tabel 4.4 sebagai berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 2 juta	28	28%
Rp. 2,1 juta – Rp. 3 juta	36	36%
Rp. 3,1 juta – Rp. 4 juta	19	19%
> Rp. 4 juta	17	17%
Jumlah	100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2016

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 28 orang (28%) berpendapatan perbulan < Rp. 2 juta, sebanyak 36 orang (36%) berpendapatan perbulan Rp. 2,1 juta – Rp. 3 juta, sebanyak 19 orang (19%) berpendapatan perbulan Rp. 3,1 juta – Rp. 4 juta, dan sebanyak 17 orang (17%) berpendapatan perbulan > Rp. 4 juta. Dengan demikian sebagian besar pendapatan perbulan responden dalam riset ini adalah Rp. 2,1 juta – Rp. 3 juta.

5. Deskripsi Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Perbulan Responden

Karakteristik responden menurut penggunaan *Mobile Banking* perbulan ditampilkan pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan *Mobile Banking*

Penggunaan perbulan	kuensi	entase
Jumlah	10	100%

Sumber: data primer yang diolah 2016

Tabel diatas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan rata-rata penggunaan layanan *Mobile Banking* dalam satu bulan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 18 orang (18%) rata-rata dalam satu bulan menggunakan *Mobile Banking* sebanyak 1 – 5 kali, sebanyak 42 orang (42%) rata-rata dalam satu bulan menggunakan *Mobile Banking* sebanyak 6 – 10 kali, sebanyak 24 orang (24%) rata-rata dalam satu bulan menggunakan *Mobile Banking* sebanyak 11 – 15 kali dan sebanyak 16 orang (16%) rata-rata dalam satu bulan menggunakan *Mobile Banking* sebanyak >15 kali. Dengan demikian sebagian besar responden rata-rata menggunakan *Mobile Banking* dalam satu bulan sebanyak 6 – 10 kali.

4.1.2. Deskripsi Data Penelitian

Untuk mempermudah memahami data penelitian dilakukan pengkategorian data berdasarkan tinggi, sedang dan rendah menggunakan rumus:

$$X < (\mu - (p * \sigma)) \quad \text{kategori rendah}$$

$$(\mu - (p * \sigma)) < X < (\mu + (p * \sigma)) \quad \text{kategori sedang}$$

$$(\mu + (p * \sigma)) > X \quad \text{kategori tinggi}$$

Dimana : μ = banyaknya pertanyaan * banyak kategori

σ = luas jarak sebaran /3

luas jarak sebaran = $X_{maks} - X_{min}$

X_{maks} = banyaknya pertanyaan * nilai maksimum

X_{min} = banyaknya pertanyaan * nilai minimum. (Azwar, 2010:110)

1. Deskripsi Data Persepsi Manfaat

Data tentang persepsi manfaat diperoleh menggunakan kuesioner dengan 4 item pertanyaan, selanjutnya dikelompokkan dalam 3 kategori rendah, sedang dan tinggi. Deskripsi data variabel persepsi manfaat dalam bentuk distribusi frekuensi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6.
Deskripsi Data Variabel Persepsi Manfaat

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	4 – 9	Rendah	3	3%
2	10 – 15	Sedang	62	62%
3	16 – 20	Tinggi	35	35%
Jumlah				

Sumber: data primer yang diolah 2016

Data yang diperoleh pada tabel diatas dapat dilihat bahwa persepsi manfaat kategori rendah sebanyak 3%, kategori sedang sebanyak 62% dan kategori tinggi sebanyak 35%. Dengan demikian persepsi manfaat *Mobile Banking* bank syariah di Surakarta menurut sebagian besar responden termasuk kategori sedang.

2. Deskripsi Data Persepsi Kemudahan

Data tentang persepsi kemudahan diperoleh menggunakan kuesioner dengan 4 item pertanyaan, selanjutnya dikelompokkan dalam 3 kategori rendah,

sedang dan tinggi. Deskripsi data variabel persepsi kemudahan dalam bentuk distribusi frekuensi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Deskripsi Data Variabel Persepsi Kemudahan

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	4 – 9	Rendah	3	3%
2	10 – 15	Sedang	49	49%
3	16 – 20	Tinggi	48	48%
Jumlah				

Sumber: data primer yang diolah 2016

Data yang diperoleh pada tabel diatas dapat dilihat bahwa persepsi kemudahan kategori rendah sebanyak 3%, kategori sedang sebanyak 49% dan kategori tinggi sebanyak 48%. Dengan demikian persepsi kemudahan *Mobile Banking* bank syariah di Surakarta menurut sebagian besar responden hampir berimbang antara kategori sedang dan tinggi.

3. Deskripsi Data Persepsi kepercayaan

Data tentang persepsi kepercayaan diperoleh menggunakan kuesioner dengan 6 item pertanyaan, selanjutnya dikelompokkan dalam 3 kategori rendah, sedang dan tinggi. Deskripsi data variabel persepsi kepercayaan dalam bentuk distribusi frekuensi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Data Variabel Persepsi Kepercayaan

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	6 – 13	Rendah	0	0%
2	14 – 21	Sedang	42	42%
3	22 – 30	Tinggi	58	58%
Jumlah				

Sumber: data primer yang diolah 2016

Data yang diperoleh pada tabel diatas dapat dilihat bahwa persepsi kepercayaan kategori rendah sebanyak 0%, kategori sedang sebanyak 42% dan kategori tinggi sebanyak 58%. Dengan demikian persepsi kepercayaan pada *Mobile Banking* bank syariah di Surakarta menurut sebagian besar responden termasuk kategori tinggi.

4. Deskripsi Data Persepsi Keamanan

Data tentang persepsi kepercayaan diperoleh menggunakan kuesioner dengan 6 item pertanyaan, selanjutnya dikelompokkan dalam 3 kategori rendah, sedang dan tinggi. Deskripsi data variabel persepsi kepercayaan dalam bentuk distribusi frekuensi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Data Variabel Persepsi Keamanan

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	6 – 13	Rendah	0	0%
2	14 – 21	Sedang	54	54%
3	22 – 30	Tinggi	46	46%
Jumlah				

Sumber: data primer yang diolah 2016

Data yang diperoleh pada tabel diatas dapat dilihat bahwa persepsi keamanan kategori rendah sebanyak 0%, kategori sedang sebanyak 54% dan kategori tinggi sebanyak 46%. Dengan demikian persepsi keamanan pada *mobile banking* bank syariah di Surakarta menurut sebagian besar responden termasuk kategori sedang.

5. Deskripsi Data Minat menggunakan *Mobile Banking*

Data tentang minat menggunakan *Mobile Banking* diperoleh menggunakan kuesioner dengan 5 item pertanyaan, selanjutnya dikelompokkan dalam 3 kategori rendah, sedang dan tinggi. Deskripsi data variabel minat menggunakan *Mobile Banking* dalam bentuk distribusi frekuensi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi data variabel minat menggunakan *Mobile Banking*

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	5 – 11	Rendah	0	0%
2	12 – 18	Sedang	39	39%
3	19 – 25	Tinggi	61	61%
Jumlah				

Sumber: data primer yang diolah 2016

Data yang diperoleh pada tabel diatas dapat dilihat bahwa minat menggunakan *Mobile Banking* kategori rendah sebanyak 0%, kategori sedang sebanyak 39% dan kategori tinggi sebanyak 61%. Dengan demikian minat menggunakan *Mobile Banking* bank syariah di Surakarta menurut sebagian besar responden termasuk kategori tinggi.

4.2. Pengujian dan Hasil Analisis

4.2.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan *product moment*. Item dikatakan valid jika memiliki nilai *Pearson Correlation* $> r_{tabel}$. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil uji validitas kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4.11
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{0,05;30}$	Keterangan
1. Persepsi manfaat	a1	0,799	0,361	Valid
	a2	0,731	0,361	Valid
	a3	0,867	0,361	Valid
	a4	0,654	0,361	Valid
2. Persepsi kemudahan	b1	0,918	0,361	Valid
	b2	0,840	0,361	Valid
	b3	0,690	0,361	Valid
	b4	0,731	0,361	Valid
3. Persepsi kepercayaan	c1	0,786	0,361	Valid
	c2	0,606	0,361	Valid
	c3	0,750	0,361	Valid
	c4	0,684	0,361	Valid
	c5	0,611	0,361	Valid
	c6	0,686	0,361	Valid
4. Persepsi keamanan	d1	0,760	0,361	Valid
	d2	0,680	0,361	Valid
	d3	0,803	0,361	Valid
	d4	0,698	0,361	Valid
	d5	0,869	0,361	Valid
	d6	0,695	0,361	Valid
5. Minat menggunakan <i>mobile banking</i>	e1	0,881	0,361	Valid
	e2	0,859	0,361	Valid
	e3	0,833	0,361	Valid
	e4	0,877	0,361	Valid
	e5	0,759	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2016

Berdasarkan tabel tersebut di atas dapat diketahui bahwa dari 5 variabel yang diteliti yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan,

persepsi keamanan dan Minat menggunakan mobile banking dengan jumlah item sebanyak 25 item pertanyaan yang diajukan, nampak bahwa semua item pertanyaan sudah valid, karena memiliki nilai *Pearson Correlation* > r_{tabel} (0,361).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *alpha cronbach's*, dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Persepsi manfaat	0,766	0,60	Reliabel
Persepsi kemudahan	0,811	0,60	Reliabel
Persepsi kepercayaan	0,779	0,60	Reliabel
Persepsi keamanan	0,846	0,60	Reliabel
Minat menggunakan <i>mobile banking</i>	0,896	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua instrument penelitian adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui bahwa semua variabel penelitian ini mempunyai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian kuesioner yang digunakan sudah reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

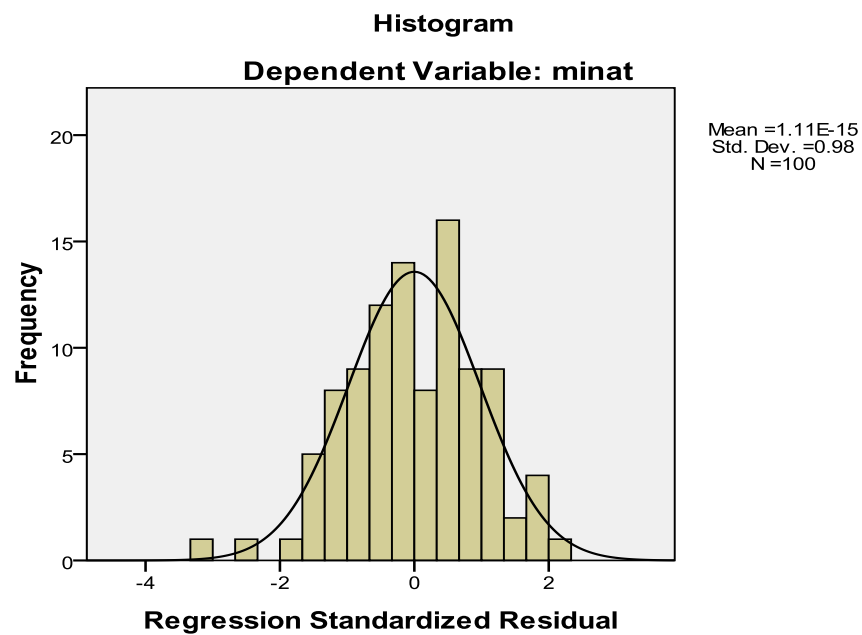
4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh nilai penduga yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda, maka datanya harus memenuhi kriteria asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

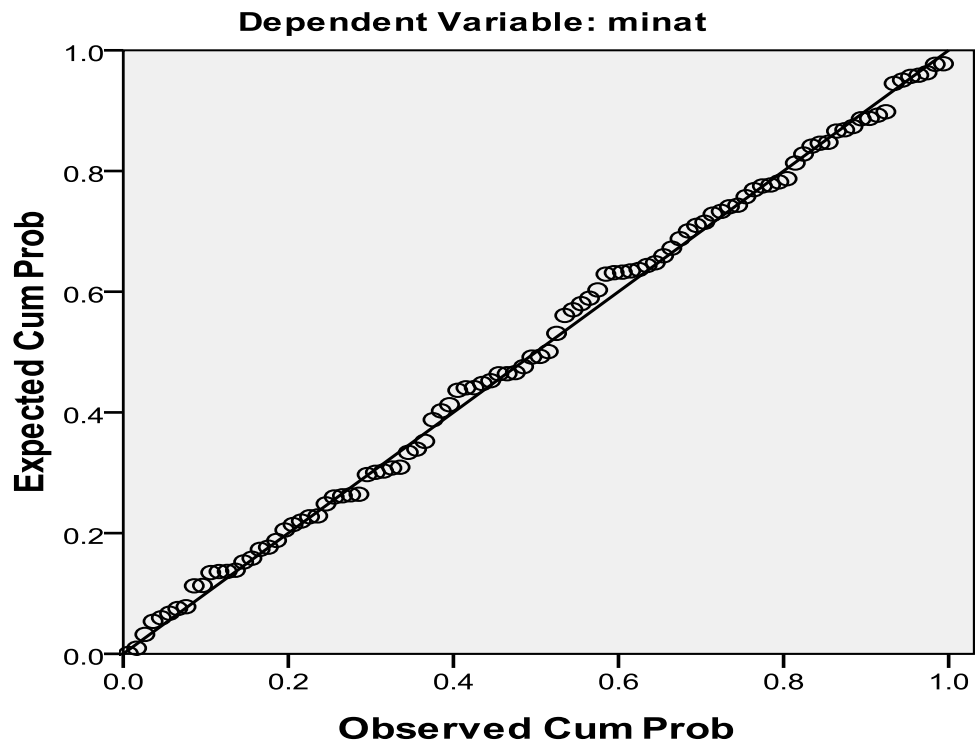
Dalam penelitian ini ditampilkan beberapa cara untuk melihat normalitas residual yaitu dengan grafik histogram, *normal probability plot* dan uji Kolmogorov Smirnov.

Gambar 4.1.
Uji normalitas menggunakan Histogram



Gambar 4.2
Uji normalitas menggunakan *Normal Probability plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik histogram memperlihatkan pola distribusi yang terjadi membentuk distribusi normal, demikian juga untuk grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal yang menunjukkan residual berdistribusi normal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi tidak menyalahi asumsi normalitas.

Tabel 4.13
Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64870051
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.034
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.517
Asymp. Sig. (2-tailed)		.952

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah 2016

Hasil uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari alpha 5% yaitu 0,952, sehingga dapat dikatakan residual berdistribusi normal.

2. Multikolineritas

Multikolineritas merupakan keadaan dimana terdapat korelasi yang sangat tinggi antara variabel bebas dalam persamaan regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance atau VIF. Dengan kriteria jika *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, berarti tidak terjadi multikolineritas dalam model regresi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi manfaat	0,816	1,225	Bebas multikolinieritas
Persepsi kemudahan	0,838	1,193	Bebas multikolinieritas
Persepsi kepercayaan	0,843	1,186	Bebas multikolinieritas
Persepsi keamanan	0,838	1,193	Bebas multikolinieritas

Sumber : Data diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa nilai VIF tidak ada yang melebihi dari 10 dan nilai *tolerance* tidak ada yang kurang dari 0,10, hal ini berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

3. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari alpha (0,05), maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Koefisien regresi	Uji t	Sig.	Keterangan
Persepsi manfaat	-0,041	-0,950	0,344	Tidak Signifikan
Persepsi kemudahan	-0,013	-0,315	0,753	Tidak Signifikan
Persepsi kepercayaan	-0,021	-0,510	0,611	Tidak Signifikan
Persepsi keamanan	0,010	0,185	0,763	Tidak Signifikan

Sumber: data diolah 2016

Dari tabel tersebut, terlihat tidak ada satupun variabel independen (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi keamanan) yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolut unstandardized residual* (AbsRES_1). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya $> \alpha$ (0,05). Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Dalam pengujian Autokorelasi ini menggunakan

metode pengujian Durbin-Watson dengan pengambilan keputusan $0 < d < d_l$ maka ditolak.

Dari hasil analisis data (lampiran 14) diperoleh nilai $DW = 2,181$ nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson pada tingkat signifikansi 5%, dengan $(n=100)$ dan jumlah variabel independent $(k =4)$ diperoleh nilai $dL= 1,5922$ dan $dU= 1,7582$. Karena DW terletak antara dU dan $(4-dU) = 1,7582 < 2,181 < 2,2418$ maka dapat disimpulkan bahwa kita tidak bisa menolak H_0 yang artinya tidak ada autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

4.2.3. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking*, maka dilakukan uji F. Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.807	4	71.452	25.224	.000 ^a
	Residual	269.103	95	2.833		
	Total	554.910	99			

a. Predictors: (Constant), keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat

b. Dependent Variable: minat

Sumber : Data diolah 2016

Berdasarkan hasil uji F pada diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25,224 sedangkan F_{tabel} ($df_1 = 4$ dan $df_2 = 95$) diperoleh 2,467, karena memiliki nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi yang lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya.

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.495	1.683

a. Predictors: (Constant), keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat

b. Dependent Variable: minat

Sumber : Data diolah 2016

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,515 artinya bahwa 51,5% perubahan minat menggunakan *Mobile Banking* dapat dijelaskan oleh perubahan keempat variabel independen (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan).

4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk melakukan peramalan atau memprediksi variasi-variasi perubahan variabel bebas (persepsi manfaat, persepsi kemudahan,

persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan) terhadap variasi-variasi perubahan variabel terikat (minat menggunakan *Mobile Banking*).

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

	Koefisien regresi	Uji t	Sig.
Konstanta	2,424	1,441	0,153
Persepsi manfaat	0,224	3,037	0,003
Persepsi kemudahan	0,185	2,605	0,011
Persepsi kepercayaan	0,283	4,125	0,000
Persepsi keamanan	0,200	3,556	0,001

Sumber : Data diolah 2016

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 2,424 + 0,224X_1 + 0,185X_2 + 0,283X_3 + 0,200X_4$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a = 2,424 yang merupakan nilai konstanta, artinya tanpa adanya persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan maka minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 2,424%.
- b₁ = 0,224 yang menunjukkan bahwa apabila persepsi manfaat ditingkatkan 1 satuan, sedangkan variabel-variabel lainnya tetap, maka akan memengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 0,224%.

$b_2 = 0,185$ yang menunjukkan bahwa apabila persepsi kemudahan ditingkatkan 1 satuan, sedangkan variabel-variabel lainnya, tetap maka akan memengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 0,185%.

$b_3 = 0,283$ yang menunjukkan bahwa apabila persepsi kepercayaan ditingkatkan 1 satuan, sedangkan variabel-variabel lainnya tetap, maka akan memengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 0,283%.

$b_4 = 0,200$ yang menunjukkan bahwa apabila persepsi keamanan ditingkatkan 1 satuan, sedangkan variabel-variabel lainnya tetap, maka akan memengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* sebesar 0,200%.

4.2.5. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan) terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*, maka dilakukan uji t. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.18, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Manfaat (X_1)

Dari uji t dengan taraf nyata 5% diperoleh nilai $t_{hitung} (3,037) > t_{tabel} (1,985)$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

2. Variabel Persepsi Kemudahan (X_2)

Dari uji t dengan taraf nyata 5% diperoleh nilai $t_{hitung} (2,605) > t_{tabel} (1,985)$ dan memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,011 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel

persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

3. Variabel Persepsi Kepercayaan (X_3)

Dari uji t dengan taraf nyata 5% diperoleh nilai $t_{hitung} (4,125) > t_{tabel} (1,985)$ dan memiliki nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

4. Variabel Persepsi Keamanan (X_4)

Dari uji t dengan taraf nyata 5% diperoleh nilai $t_{hitung} (3,556) > t_{tabel} (1,985)$ dan memiliki nilai probabilitas $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

Sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* adalah persepsi kepercayaan, hal ini disebabkan karena memiliki nilai t_{hitung} yang terbesar. Selain itu juga memiliki nilai probabilitas signifikansi yang terkecil, dimana semakin kecil nilai probabilitas signifikansi maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.

4.3. Pembahasan

Berikut ini akan disampaikan pembahasan mengenai variabel dalam penelitian ini yang mempengaruhi minat menggunakan *Mobile Banking* bank syariah di Surakarta yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi keamanan.

1. Pengaruh Persepsi manfaat Terhadap Minat menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan analisis data untuk variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang bertanda positif (0,224) dan nilai t_{hitung} (3,037) $>$ t_{tabel} (1,985) atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,003 < 0,05$. Berdasarkan pengujian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis 1 terbukti, yang berarti persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta.

Penemuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis (1989: 320) ‘*people tend to use or not use an application to the extent they believe it will help them perform their job better.*’ Artinya orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan suatu aplikasi teknologi informasi, sejauh mereka percaya bahwa hal itu akan membantu pekerjaan mereka menjadi lebih baik. Dengan demikian seseorang akan berminat menggunakan *Mobile Banking* jika merasa *Mobile Banking* dapat bermanfaat, yaitu membantu pekerjaan mereka menjadi lebih baik.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Davis (1989), Safeena et.al (2010), Faramita Dwitama dan Mohammad Abdul Mukhyi (2012), Andrew Gunawan (2014), Fatima Mazhar et.al (2014) dan Mtiaz Arif, Sahar Afshan dan Arshian Sharif (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap pengadopsian teknologi.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Berdasarkan analisis data untuk variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang bertanda positif (0,185) dan nilai thitung (2,605) > ttabel (1,985) atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,011 < 0,05$. Berdasarkan pengujian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis 2 terbukti, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta

Penemuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis (1989: 320) ‘*an application perceived to be easier to use than another is more likely to be accepted by users.*’ Artinya aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain, akan memungkinkan untuk diterima oleh pengguna. Dengan demikian seseorang akan berminat menggunakan *Mobile Banking* jika merasa aplikasi *Mobile Banking* mudah untuk digunakan.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Davis (1989), Safeena et.al (2010), Faramita Dwitama dan Mohammad Abdul Mukhyi (2012), Andrew Gunawan (2014), Fatima Mazhar et.al (2014) dan Mtiaz Arif, Sahar Afshan dan Arshian Sharif (2016) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap pengadopsian teknologi.

3. Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Berdasarkan analisis data untuk variabel persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile*

Banking. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang bertanda positif (0,283) dan nilai $t_{hitung} (4,125) > t_{tabel} (1,985)$ atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan pengujian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis 3 terbukti, yang berarti bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah di Surakarta.

Penemuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh McGoldrick and Laforet dalam Fatima Mazhar (2014: 483) ‘*that one of the reason people may choose not to adopt M-Banking & I-Banking is the privacy and secrecy concerns governing these new electronic channels being offered by financial institutions and banks.*’ Artinya bahwa salah satu alasan yang memungkinkan orang memilih untuk tidak mengadopsi *M-Banking* dan *I-Banking* adalah kekhawatiran tentang privasi dan kerahasiaan dalam chanel/ aplikasi elektronik baru yang ditawarkan oleh lembaga keuangan dan bank. Dengan demikian seseorang yang merasa percaya bahwa aplikasi *Mobile Banking* dapat menjaga kerahasiaan dan privasi pelanggan, tentu akan berminat menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian ini tidak sesuai hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fatima Mazhar et.al (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap pengadopsian teknologi.

4. Pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan analisis data untuk variabel persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi yang bertanda positif (0,200) dan nilai $t_{hitung} (3,371) > t_{tabel} (1,985)$ atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,001 < 0,05$.

Berdasarkan pengujian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis 4 terbukti, yang berarti persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariahdi Surakarta

Penemuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Fatima Mazhar (2014: 483) ‘*Greater the customers perception about the risk associated with the use of internet, greater will be the importance of security for customer.*’ Artinya bahwa sebagian besar persepsi pelanggan yang terkait tentang risiko penggunaan *internet*, menganggap pentingnya keamanan bagi pelanggan. Dengan demikian seseorang yang merasa percaya bahwa aplikasi *Mobile Banking* aman untuk digunakan, tentu akan berminat menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrew Gunawan (2014) dan Fatima Mazhar et.al (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap pengadopsian teknologi.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi variabel persepsi manfaat bertanda positif (0,224) dan hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} (3,037) > t_{tabel} (1,985)$ atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,003 < 0,05$, berarti hipotesis pertama dapat diterima.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi variabel persepsi kemudahan bertanda positif (0,185) dan nilai $t_{hitung} (2,605) > t_{tabel} (1,985)$ atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,011 < 0,05$, berarti hipotesis kedua dapat diterima.
3. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi variabel persepsi kepercayaan bertanda positif (0,283) dan nilai $t_{hitung} (4,125) > t_{tabel} (1,985)$ atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti hipotesis ketiga dapat diterima.

4. Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi variabel persepsi keamanan bertanda positif (0,200) dan nilai t_{hitung} (3,371) > t_{tabel} (1,985) atau memiliki nilai probabilitas signifikansi $0,001 < 0,05$, berarti hipotesis keempat dapat diterima.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka akan dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan sehubungan dengan variabel persepsi manfaat, kualitas produk, persepsi kepercayaan persepsi keamanan diantaranya:
 - a. Perbankan syariah diharapkan untuk selalu memperbaharui sistem *Mobile Banking* yang digunakan, baik dari segi jenis transaksi maupun tampilan sistem dan melakukan inovasi fasilitas-fasilitas baru, agar semakin memberikan manfaat langsung, mengurangi tingkat kesulitan maupun kerumitan transaksi dan mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*.
 - b. Perbankan syariah juga diharapkan selalu meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan *cyber*.
 - c. Peningkatan kualitas teknologi yang baik akan meningkatkan kinerja Bank Syariah, sehingga semakin dipercaya oleh konsumen baik dalam negeri maupun luar negeri.

- d. Selalu melakukan evaluasi secara berkala agar dapat mempertahankan citra yang telah dimiliki bank syariah agar selalu mendapat kepercayaan dari masyarakat.
 - e. Bank Syari'ah diharapkan lebih meningkatkan profesionalisme dengan berlandaskan ketentuan syari'ah. Hal inilah yang melatar belakangi nasabah semakin solid.
2. Bagi dunia penelitian, perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai pelayanan perbankan syariah di Kota Surakarta dengan menggunakan variabel lain yang dinilai lebih sesuai agar dapat memberikan informasi yang lebih lengkap untuk mengetahui perkembangan perbankan syariah di Kota Surakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Doni Purnama dan Anugrah, Rizki. (2015). *Membangun Kepercayaan Nasabah Pada Internet Banking*. Ecodemica. Vol III. No.2 September 2015.
- Almuntaha, Eska. (2008). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Annual report BRI Syariah Tahun 2015
- Al-Smadi, M. dan S.A. Al-Wabel. (2012). *The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks*. Journal of Internet Banking and Commerce. vol. 29, pp.130 141
- Arif, Imtiaz. Afshan, Sahar. and Sharif, Arshian (2016). Resistance to Mobile Banking Adoption in a Developing Country: Evidence from Modified TAM. *Journal of Finance & Economics Research Vol. 1(1): 25-42, 2016*.
- Arthesa, Ade dan Edia Handiman. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: PT. Indeks.
- Astuti, Septin P. (2013). *Praktikum Statistik*. Surakarta: IAIN Surakarta
- Azwar, Saifuddin. (2010). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Davis, Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3. (Sep., 1989), pp. 319-340
- Davis, Fred D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Ph.D. dissertation, Massachusetts Institute of Technology
- Dwitama, Faramita dan Mukhyi, Mohammad Abdul (2012). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Dengan Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus pada Bank BCA, BRI dan Bank Syariah Mandiri)*. Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2012). Vol. 7 September 2012. ISSN: 2302-3740

- Ghozali, Imam.(2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Gunawan, Andrew. (2014). *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah untuk Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Nominal / Volume III Nomor 2 / Tahun 2014
- Hadri, K. dan Rendha, P. (2011). *The Effect of Risk And Trust on the Behavioral Intention of Using E-Procurement System*. ISSN, 1450-2275.
- Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho. (2011). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Penelitian Fakultas Ekonomi UNY
- Jogiyanto, H.M. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Kadir, Abdul dan Terra CH. (2005). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kim, Kyung Kyu. Prabhakar, Bipin. and Park, Sung Kook. (2009). Trust, perceived risk and trusting behavior in internet banking, *Asian Pasific Journal Of Information System*, vol 19, No.3 September 2009.
- Mahardika, A. dan Basuki, R. (2011). Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*. Volume 14, No. 2, August 2011
- Mazhar, Fatima et.al (2014) *An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan*. International Journal of Accounting and Financial Reporting 2014. Vol. 4, No. 2 ISSN 2162-3082.
- Meilianasari, Yeni Dwi. (2012). Analisis Kepercayaan Nasabah Pengguna ATM Fakultas Ekonomi UMM. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 2. 1, Edisi April 2012.
- Mulyanto. 2009. *Sistem Informasi Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Nawawi, Johan. (2012) *Analisis Perceived Usefulness, Perceived Risk Dan Trust Terhadap Pemanfaatan Atm Bagi Nasabah (Studi Pada Bank BNI di Semarang)*. TESIS. Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang
- Othman, Abdul Qawi & Owen, Lynn. (2001). Adopting and Measuring Customer Service Quality (Sq) In Islamic Banks: a Case Study in Kuwait Finance House, *International Journal of Islamic Financial Services Vol. 3. No. 1*.
- Payam Hanafizadeh, Mehdi Behboudi, Amir Abedini Koshksaray, Marziyeh Jalilvand Shirkhani Tabar. (2012). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients, *Telematics and Informatics*, *journal homepage: www.elsevier.com/locate/tele*
- Peraturan Bank Indonesia Nomor: 14 / 2 /PBI/ 2012 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu.
- Priyatno, Duwi. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan, Akdon. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Riswandi, Budi Agus. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rofiq, Ainur. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia)*. Tesis. Program Pascasarjana. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang
- Safeena, Rahmath et.al. (2010). Customer Perspectives on E-business Value:Case Study on Internet Banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, April 2010, vol. 15, no.1
- Satrio Pandutomo. (2011). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Consumer Acceptance Terhadap Sms-Banking Mandiri*. Tesis. Program Pascasarjana. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sudarsono, Heri. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Metode R&B*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang, (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (*Center of Academy Publishing Service*).
- Suryani, Tatik, (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutabri, Tata. (2012). *Konsep Dasar Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Bumi Aksara
- Ustman Najati, Muhammad. (2005). *Psikologi dalam Al-Qur'an Terapi Qurani dalam Penyembuhan Gangguan Kejiwaan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Venkatesh, Viswanath and Davis, Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science* © 2000 INFORMS. Vol. 46, No. 2, February 2000 pp. 186–204 1526-5501 electronic ISSN
- Wangawidjaya Z. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Zahid, Nauman, Asif Mujtaba, dan Adnan Riaz. (2010). Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. (Online), Vol. 27, No. 1.
- <http://www.bi.go.id/pembayaran/riset/dokumen>, diakses tanggal 29 Januari 2017.
- <http://www.bi.go.id/Publikasi/GeraiInfoBI>, diakses tanggal 29 Januari 2017
- <http://www.bisniskeuangan.kompas.com/read/>, diakses tanggal 29 Januari 2017
- <http://www.brisyariah.co.id/?q=mobilebris>, diakses tanggal 30 Oktober 2016
- <http://www.infobanknews.com /teknologi-dan-bisnis-perbankan/>, diakses tanggal 21 Oktober 2016
- <https://www.infokomputer.com/2015/12/berita/>, diakses tanggal 30 Oktober 2016

<https://www.m.tempo.co/read/news/2016/>, diakses tanggal 29 Januari 2017

<http://www.swa.co.id/swa/trends/business-research/>, diakses tanggal 12 Oktober 2016.

Lampiran 2

Kuesioner

Responden yang terhormat,

Nama Iswi Ardy Wedari, adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta yang sedang melakukan penelitian pada pengguna jasa bank. Untuk itu, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban **salah** dalam pengisian kuesioner ini dan identitas Bapak/Ibu akan kami rahasiakan. Atas bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan banyak terima kasih.

Nama Responden :

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pernyataan di bawah ini.

Berilah t (X) pada jawaban yang dianggap paling benar.

1. Jenis Kelamin

a. Pria

b. Wanita

2. Umur

a. < 20 tahun

d. 41 – 50 tahun

b. 21 - 30 tahun

e. > 50 tahun

c. 31 - 40 tahun

3. Pekerjaan

a. PNS

d. Wiraswasta

b. Pegawai BUMN

e. Pelajar/ mahasiswa

c. Karyawan Swasta

f. Lainnya: (sebutkan).....

4. Pendapatan perbulan:

a. < 2 juta

b. Rp. 3,1 juta – Rp. 4 juta

b. Rp. 2,1 juta – Rp. 3 juta

c. > Rp. 4 juta

5. Berapa kali dalam sebulan menggunakan layanan *Mobile Banking* Bank Syariah:

a. 1 – 5 kali

c. 11 – 15 kali

b. 6 – 10 kali

d. > 15 kali

A. Petunjuk Pengisian

Berilah t *checklist* (√) pada kolom yang paling bisa menunjukkan kebenaran pernyataan dibawah ini berdasarkan penilaian

1. SS = Sangat Setuju
2. S = Setuju
3. N = Netral
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

B. Pernyataan tentang persepsi manfaat

	Pernyataan					
1.	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah membuat transaksi perbankan menjadi lebih mudah, sehingga meningkatkan kinerja saya					
2.	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah membuat transaksi perbankan menjadi efisien, sehingga meningkatkan produktifitas saya					
3.	Penggunaan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah dapat meningkatkan efektifitas transaksi perbankan saya					
4.	<i>Mobile Banking</i> Bank Syariah sangat bermanfaat bagi saya					

C. Pernyataan tentang persepsi kemudahan

	Pernyataan					
1.	<i>Mobile Banking</i> Bank Syariah sangat mudah dipahami dan jelas					
2.	kan aplikasi <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah sangat mudah sehingga tidak perlu banyak usaha untuk memahaminya					
3.	ur yang lengkap dan jelas membuat layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah mudah digunakan					
4.	<i>Mobile Banking</i> Bank Syariah dapat digunakan dengan mudah dimanapun/ kapanpun					

D. Pernyataan tentang persepsi kepercayaan

	Pernyataan					
1.	Saya berpendapat layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah dapat dipercaya					
2.	Pihak bank akan memberikan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah sesuai dengan janji dan komitmen					
3.	Saya berpikir pihak bank akan memberikan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank yang terbaik					
4.	Saya percaya menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah akan menguntungkan					
5.	Layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah sesuai dengan harapan konsumen					
6.	Saya percaya <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah dapat diandalkan					

E. Pernyataan tentang persepsi keamanan

	Pernyataan					
1.	Saya merasa aman meletakkan informasi pribadi saya di <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah					
2.	Saya percaya pada kemampuan teknologi layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah untuk melindungi privasi saya					
3.	Saya percaya pihak bank memiliki aplikasi keamanan untuk melindungi data pelanggan.					
4.	Keamanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah adalah aman					
5.	Saya tidak perlu khawatir tentang keamanan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah					
6.	Tidak hanya ada sedikit bahaya jika salah dalam menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah.					

F. Pernyataan tentang minat menggunakan *Mobile Banking*

	Pernyataan					
1.	Saya merasa tertarik menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah					
2.	Saya merasa senang menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah					
3.	Saya sangat antusias menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah					
4.	Saya sering menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah					
5.	Adanya layanan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah sangat praktis, sehingga akan saya gunakan secara berulang.					

Skor Jawaban Kuesioner Hasil *Try Out*

Nomor Subyek	Manfaat					Kemudahan					Kepercayaan						
	1	2	3	4	X ₁	1	2	3	4	X ₂	1	2	3	4	5	6	X ₃
1	3	3	4	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	4	22
2	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	4	5	5	27
3	3	3	3	3	12	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	5	25
4	4	3	4	4	15	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	4	25
5	3	3	4	4	14	5	5	4	4	18	4	3	3	4	3	4	21
6	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	3	4	4	3	4	3	21
7	5	4	3	3	15	4	4	5	4	17	3	4	3	3	4	3	20
8	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	5	4	3	3	4	23
9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	3	19
10	3	3	3	4	13	4	4	4	3	15	3	4	2	3	4	2	18
11	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	2	3	3	3	3	3	17
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23
13	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17	3	4	3	4	3	3	20
14	4	3	4	4	15	5	4	3	5	17	3	4	5	4	3	3	22
15	3	4	3	4	14	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	5	26
16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	3	21
17	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	5	4	4	4	3	24
18	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	4	3	4	3	20
19	5	3	3	5	16	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	4	28
20	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	5	5	4	4	27
21	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	4	4	3	3	3	3	20
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	3	21
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	2	3	3	18
24	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	3	3	3	3	4	4	20
25	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	4	4	4	3	4	3	22
26	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	3	21
27	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	3	3	3	3	5	22
28	4	3	3	4	14	3	3	4	3	13	3	3	3	2	3	3	17
29	4	4	5	4	17	3	3	3	4	13	4	3	4	3	3	4	21
30	5	4	5	5	19	5	5	5	3	18	4	4	4	4	4	4	24

Nomor Subyek	Keamanan							Minat				
	1	2	3	4	5	6	X ₄	1	2	3	4	5

1	4	3	3	4	3	3	20	3	4	3	3	4	17
2	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	3	4	19
3	4	3	4	3	4	4	22	3	3	3	3	4	16
4	5	4	5	4	4	4	26	4	5	4	5	3	21
5	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	4	4	23
6	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	4	3	19
7	5	4	5	4	5	4	27	4	3	4	3	3	17
8	3	3	4	3	4	4	21	4	3	3	3	3	16
9	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15
10	3	4	3	3	2	2	17	3	3	3	3	3	15
11	3	3	3	3	2	2	16	3	3	3	3	3	15
12	4	3	5	5	4	4	25	4	4	5	5	4	22
13	4	3	3	3	3	3	19	4	4	3	4	3	18
14	4	4	3	4	4	3	22	5	4	4	4	5	22
15	4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	5	5	25
16	4	4	3	4	4	4	23	4	4	3	3	3	17
17	3	3	3	4	3	3	19	3	4	4	3	3	17
18	4	5	3	4	4	3	23	5	5	5	5	5	25
19	4	4	5	4	4	4	25	3	3	4	4	4	18
20	3	4	3	3	4	4	21	4	4	4	4	3	19
21	4	3	2	2	3	4	18	3	3	3	3	3	15
22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	4	3	3	16
24	4	3	4	3	3	4	21	4	4	5	5	3	21
25	4	3	4	3	4	3	21	3	3	3	3	2	14
26	3	2	3	3	2	3	16	5	5	4	5	5	24
27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
28	4	3	4	4	3	3	21	4	3	4	4	4	19
29	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	3	19
30	5	4	4	4	4	3	24	4	4	4	4	4	20

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Persepsi Manfaat (X₁)

Correlations

		a1	a2	a3	a4	Total
a1	Pearson Correlation	1	.455*	.519**	.461*	.799**
	Sig. (2-tailed)		.012	.003	.010	.000
	N	30	30	30	30	30
a2	Pearson Correlation	.455*	1	.596**	.138	.731**
	Sig. (2-tailed)	.012		.001	.466	.000
	N	30	30	30	30	30
a3	Pearson Correlation	.519**	.596**	1	.492**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.006	.000
	N	30	30	30	30	30
a4	Pearson Correlation	.461*	.138	.492**	1	.654**
	Sig. (2-tailed)	.010	.466	.006		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.799**	.731**	.867**	.654**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	4

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Persepsi Kemudahan (X₂)

Correlations

		b1	b2	b3	b4	Total
b1	Pearson Correlation	1	.764**	.470**	.645**	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.764**	1	.508**	.385*	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.036	.000
	N	30	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.470**	.508**	1	.285	.690**
	Sig. (2-tailed)	.009	.004		.127	.000
	N	30	30	30	30	30
b4	Pearson Correlation	.645**	.385*	.285	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.036	.127		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.918**	.840**	.690**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	4

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Persepsi Kepercayaan (X₃)

Correlations

		c1	c2	c3	c4	c5	c6	Total
c1	Pearson Correlation	1	.375*	.425*	.405*	.275	.686**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.041	.019	.027	.141	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
c2	Pearson Correlation	.375*	1	.391*	.237	.468**	.126	.606**
	Sig. (2-tailed)	.041		.033	.208	.009	.507	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
c3	Pearson Correlation	.425*	.391*	1	.518**	.379*	.363*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.019	.033		.003	.039	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
c4	Pearson Correlation	.405*	.237	.518**	1	.337	.343	.684**
	Sig. (2-tailed)	.027	.208	.003		.069	.063	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
c5	Pearson Correlation	.275	.468**	.379*	.337	1	.196	.611**
	Sig. (2-tailed)	.141	.009	.039	.069		.299	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
c6	Pearson Correlation	.686**	.126	.363*	.343	.196	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.507	.049	.063	.299		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.786**	.606**	.750**	.684**	.611**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	6

Lampiran 7

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Persepsi Keamanan (X₄)

Correlations

		d1	d2	d3	d4	d5	d6	Total
d1	Pearson Correlation	1	.440*	.531**	.401*	.608**	.445*	.760**
	Sig. (2-tailed)		.015	.003	.028	.000	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
d2	Pearson Correlation	.440*	1	.307	.508**	.548**	.273	.680**
	Sig. (2-tailed)	.015		.098	.004	.002	.145	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
d3	Pearson Correlation	.531**	.307	1	.574**	.610**	.537**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.003	.098		.001	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
d4	Pearson Correlation	.401*	.508**	.574**	1	.448*	.211	.698**
	Sig. (2-tailed)	.028	.004	.001		.013	.262	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
d5	Pearson Correlation	.608**	.548**	.610**	.448*	1	.716**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.013		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
d6	Pearson Correlation	.445*	.273	.537**	.211	.716**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.014	.145	.002	.262	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.760**	.680**	.803**	.698**	.869**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	6

Lampiran 8

Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

Correlations

		e1	e2	e3	e4	e5	Total
e1	Pearson Correlation	1	.760**	.647**	.691**	.627**	.881**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e2	Pearson Correlation	.760**	1	.622**	.724**	.524**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e3	Pearson Correlation	.647**	.622**	1	.754**	.499**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e4	Pearson Correlation	.691**	.724**	.754**	1	.516**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e5	Pearson Correlation	.627**	.524**	.499**	.516**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.005	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.881**	.859**	.833**	.877**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	5

Lampiran 9

Skor Jawaban Kuesioner Hasil Penelitian

Nomor Subyek	Manfaat					Kemudahan					Kepercayaan						Keamanan						Minat							
	1	2	3	4	X ₁	1	2	3	4	X ₂	1	2	3	4	5	6	X ₃	1	2	3	4	5	6	X ₄	1	2	3	4	5	Y
1	4	3	3	4	14	3	2	3	2	10	4	4	2	1	4	1	16	4	4	5	3	2	3	21	4	3	3	3	2	15
2	5	3	4	5	17	4	5	4	4	17	3	4	4	3	2	3	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
3	4	3	2	4	13	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	22	5	5	4	4	4	22
4	4	2	4	2	12	2	3	2	3	10	4	2	3	3	4	2	18	3	2	2	2	2	3	14	4	3	4	3	3	17
5	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	4	3	4	5	3	5	24	4	4	5	2	2	3	20	4	4	4	4	3	19
6	5	4	5	3	17	3	4	3	3	13	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	3	3	3	20	4	4	4	4	3	19
7	5	2	5	4	16	5	5	4	4	18	2	2	4	4	3	3	18	5	5	4	3	3	2	22	3	3	5	3	4	18
8	5	2	5	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	4	4	22
9	2	1	3	3	9	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	3	3	2	20	4	3	3	3	3	16
10	4	3	4	3	14	5	5	3	5	18	2	3	3	3	4	4	19	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	3	4	4	3	5	3	22	4	4	3	4	4	4	23	5	5	5	4	5	24
12	4	4	5	3	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23	5	4	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	20
13	3	2	3	2	10	4	5	4	5	18	4	3	4	4	3	4	22	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	20
14	3	3	3	2	11	3	3	2	2	10	3	4	4	4	5	3	23	4	4	3	3	3	3	20	3	3	4	3	3	16
15	4	3	3	4	14	3	4	4	3	14	4	5	3	3	4	4	23	3	4	2	2	3	3	17	5	4	3	2	3	17
16	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	5	5	4	4	5	4	27	3	4	4	3	4	3	21	4	5	4	5	4	22
17	5	3	5	5	18	4	4	5	4	17	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	5	4	25	5	4	5	5	5	24
18	4	3	4	2	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	2	20	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	3	19

Nomor Subyek	Manfaat					Kemudahan					Kepercayaan						Keamanan						Minat							
	1	2	3	4	X ₁	1	2	3	4	X ₂	1	2	3	4	5	6	X ₃	1	2	3	4	5	6	X ₄	1	2	3	4	5	Y
19	4	3	4	5	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	5	4	26	4	4	5	5	4	22
20	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	3	3	3	5	4	3	21	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	4	5	22
21	4	3	4	3	14	4	4	5	4	17	4	3	2	3	4	4	20	4	3	3	3	3	4	20	3	4	3	4	4	18
22	4	3	2	4	13	4	4	5	4	17	4	4	4	5	3	5	25	4	3	3	3	3	4	20	3	3	5	3	4	18
23	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13	3	3	4	4	3	4	21	4	3	3	3	4	4	21	2	4	3	3	3	15
24	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	24	2	2	3	3	3	3	16	4	3	4	4	4	19
25	5	4	5	3	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	3	5	24	4	4	3	4	4	5	24	4	4	5	5	4	22
26	5	4	3	4	16	4	4	3	3	14	3	3	5	3	5	4	23	3	4	5	4	4	4	24	4	4	5	5	3	21
27	4	3	3	3	13	4	4	3	4	15	4	3	5	3	2	4	21	2	2	3	3	3	3	16	3	3	4	3	3	16
28	4	4	5	2	15	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	20
29	3	2	2	2	9	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	5	25	3	4	3	4	4	4	22	3	4	3	3	4	17
30	5	3	4	5	17	4	3	3	4	14	5	5	5	4	5	4	28	5	4	4	4	4	5	26	4	4	5	5	5	23
31	5	4	3	4	16	4	3	4	4	15	4	4	5	4	4	3	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	3	21
32	5	2	5	5	17	5	5	4	5	19	4	4	3	3	3	4	21	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20
33	4	3	3	4	14	5	5	3	5	18	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	19
34	5	3	5	4	17	4	5	4	4	17	5	3	5	4	4	3	24	3	4	5	4	5	4	25	4	4	5	5	4	22
35	3	3	3	4	13	4	4	5	4	17	5	3	5	5	3	3	24	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	3	19
36	3	3	2	3	11	2	3	3	3	11	3	3	3	4	3	2	18	4	4	3	4	4	3	22	3	3	4	3	4	17
37	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	2	3	4	4	3	3	19	2	3	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
38	4	2	4	4	14	3	3	3	3	12	3	4	4	3	2	2	18	2	4	1	4	4	3	18	4	3	3	3	3	16
39	4	2	4	2	12	5	5	5	5	20	4	4	4	3	3	3	21	3	2	3	5	4	4	21	4	4	5	5	3	21
40	3	2	3	3	11	3	3	4	4	14	3	4	3	3	3	4	20	3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	3	4	17

Nomor Subyek	Manfaat					Kemudahan					Kepercayaan						Keamanan						Minat							
	1	2	3	4	X ₁	1	2	3	4	X ₂	1	2	3	4	5	6	X ₃	1	2	3	4	5	6	X ₄	1	2	3	4	5	Y
41	3	4	3	4	14	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	5	24	4	4	5	4	5	4	26	4	4	3	4	4	19
42	4	3	4	4	15	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
43	3	2	3	2	10	4	4	3	3	14	4	4	5	3	5	3	24	3	3	4	4	3	4	21	3	3	4	4	4	18
44	3	2	3	4	12	2	3	2	3	10	3	4	3	3	3	3	19	3	4	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	16
45	2	3	2	4	11	3	2	2	2	9	3	4	4	3	4	3	21	4	4	3	4	3	4	22	3	3	5	3	4	18
46	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	4	4	5	3	3	3	22	4	4	4	4	4	4	24	5	5	3	5	4	22
47	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17	3	3	3	4	3	2	18	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	3	19
48	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	2	2	3	19	4	4	5	5	3	21
49	5	4	5	5	19	3	3	4	4	14	4	3	5	3	3	4	22	3	4	4	3	4	3	21	4	4	4	4	4	20
50	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	3	22	5	4	4	4	5	5	27	4	4	5	4	3	20
51	2	2	3	4	11	4	4	3	3	14	3	4	3	3	4	2	19	2	2	3	3	3	3	16	3	3	2	4	3	15
52	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	3	5	5	5	5	3	26	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	4	4	22
53	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	4	4	4	4	3	4	23	1	3	3	3	2	2	14	4	4	4	3	4	19
54	3	4	3	3	13	2	3	3	3	11	2	3	3	3	3	3	17	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	3	2	14
55	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	3	3	4	4	3	4	21	5	4	5	4	4	5	27	4	4	5	5	4	22
56	2	3	2	4	11	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	3	24	3	3	2	4	4	3	19	4	5	4	3	3	19
57	4	3	3	4	14	4	3	3	3	13	5	3	5	3	3	3	22	3	4	3	3	2	4	19	3	3	4	4	4	18
58	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	3	3	3	4	4	4	21	3	3	4	4	4	3	21	4	3	3	3	3	16
59	4	2	2	3	11	3	2	2	2	9	3	3	3	3	3	4	19	3	3	2	2	3	3	16	3	4	3	4	3	17
60	4	3	3	4	14	4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	5	4	21
61	5	4	4	4	17	3	3	3	4	13	3	3	4	3	3	3	19	5	4	4	3	3	2	21	3	3	5	3	4	18
62	3	2	4	3	12	4	3	4	4	15	4	4	3	3	4	4	22	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	3	19

Nomor Subyek	Manfaat					Kemudahan					Kepercayaan						Keamanan						Minat							
	1	2	3	4	X ₁	1	2	3	4	X ₂	1	2	3	4	5	6	X ₃	1	2	3	4	5	6	X ₄	1	2	3	4	5	Y
63	5	5	4	5	19	3	3	4	4	14	4	5	4	4	4	5	26	3	4	4	4	4	3	22	4	5	4	3	3	19
64	4	3	2	4	13	4	4	4	4	16	3	5	4	3	5	3	23	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	3	19
65	4	5	4	4	17	3	2	2	3	10	5	5	4	4	5	3	26	4	4	3	4	3	4	22	3	3	4	4	4	18
66	3	3	3	3	12	2	3	2	2	9	4	4	5	3	4	3	23	3	3	2	4	4	5	21	3	3	3	3	4	16
67	2	2	2	2	8	3	3	2	2	10	3	3	3	3	3	4	19	3	3	2	3	2	3	16	4	3	5	3	3	18
68	4	3	3	4	14	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	4	19	3	3	4	3	13	3	3	5	3	5	3	22	5	4	4	4	4	4	25	5	5	4	4	4	22
70	3	3	2	3	11	3	4	3	3	13	3	3	3	4	3	3	19	4	5	5	4	5	4	27	4	4	4	4	4	20
71	3	2	3	3	11	3	4	3	3	13	3	3	3	4	4	4	21	5	4	4	4	4	3	24	3	3	3	3	4	16
72	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	4	23	4	5	5	5	5	4	28	4	4	4	3	4	19
73	4	3	3	4	14	4	4	4	3	15	3	3	3	4	4	3	20	3	4	4	3	4	3	21	4	4	3	4	3	18
74	3	4	3	4	14	4	3	3	3	13	4	4	4	3	2	4	21	3	4	4	3	4	3	21	4	4	4	4	3	19
75	4	3	4	3	14	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	3	23	3	2	3	3	3	3	17	4	4	3	5	3	19
76	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	5	25	4	4	3	3	4	4	22	4	4	5	4	4	21
77	4	3	2	4	13	4	4	3	4	15	2	3	3	3	2	3	16	4	4	3	3	3	4	21	3	4	3	3	3	16
78	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	4	3	3	5	3	5	23	3	3	3	3	3	4	19	3	3	3	3	3	15
79	5	2	5	4	16	4	3	4	3	14	5	4	3	4	4	3	23	4	4	5	4	4	3	24	5	5	4	4	4	22
80	3	3	3	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	4	3	2	21	3	3	2	3	3	3	17	4	3	3	3	3	16
81	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	4	4	4	3	3	3	21	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	20
82	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	5	5	4	5	5	5	29	4	4	2	2	3	3	18	4	4	5	5	3	21
83	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	3	23	4	3	4	4	3	3	21	3	4	5	3	4	19
84	4	4	5	2	15	4	3	3	4	14	3	3	4	3	3	3	19	3	3	4	3	4	4	21	2	3	2	4	3	14

Nomor Subyek	Manfaat					Kemudahan					Kepercayaan						Keamanan						Minat							
	1	2	3	4	X ₁	1	2	3	4	X ₂	1	2	3	4	5	6	X ₃	1	2	3	4	5	6	X ₄	1	2	3	4	5	Y
85	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	3	4	25	5	5	4	2	2	3	21	4	4	5	4	3	20
86	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	5	4	5	4	4	4	26	4	4	5	2	2	3	20	4	3	4	3	4	18
87	5	4	5	3	17	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	5	25	4	3	4	3	4	3	21	5	5	4	4	4	22
88	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	5	4	4	22	3	3	3	3	2	14
89	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	3	4	3	3	4	3	20	5	4	3	3	3	3	21	3	4	4	3	3	17
90	4	4	5	5	18	3	3	3	4	13	4	3	2	4	5	2	20	3	4	4	3	4	3	21	4	4	4	4	4	20
91	4	2	4	3	13	2	3	3	2	10	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	4	22	3	3	4	3	2	15
92	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	3	2	4	21	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	3	19
93	4	3	4	3	14	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	2	2	3	17	4	3	4	4	3	18
94	3	4	4	4	15	3	3	3	4	13	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	3	5	24	5	4	4	5	4	22
95	4	3	3	4	14	4	4	4	3	15	2	4	4	4	5	2	21	2	3	2	2	3	3	15	4	4	4	4	3	19
96	3	2	3	2	10	3	3	3	4	13	4	4	4	4	3	3	22	4	3	3	3	3	4	20	4	3	3	3	3	16
97	3	4	3	3	13	4	4	4	5	17	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	4	4	23
98	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	3	21	3	3	4	4	5	3	22	4	4	4	3	3	18
99	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	4	23	2	4	3	4	4	3	20	4	5	4	3	3	19
100	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	5	4	4	28	5	5	4	4	4	22

Lampiran 10

Data Penelitian

Nomor Subyek	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y	RES_1	ABSRES_1
1	14	10	16	21	15	-1.1431	1.1431
2	17	17	19	24	20	0.4393	0.4393
3	13	15	24	22	22	2.6914	2.6914
4	12	10	18	14	17	2.1393	2.1393
5	18	18	24	20	19	-1.5852	1.5852
6	17	13	22	20	19	0.1307	0.1307
7	16	18	18	22	18	-0.8385	0.8385
8	16	16	25	26	22	0.7505	0.7505
9	9	15	23	20	16	-1.7286	1.7286
10	14	18	19	20	20	1.7269	1.7269
11	18	18	22	23	24	3.3809	3.3809
12	16	16	23	28	20	-1.0834	1.0834
13	10	18	22	23	20	1.1749	1.1749
14	11	10	23	20	16	-1.2516	1.2516
15	14	14	23	17	17	-1.0648	1.0648
16	15	15	27	21	22	1.5938	1.5938
17	18	17	26	25	24	2.0339	2.0339
18	13	16	20	19	19	1.2384	1.2384
19	16	17	25	26	22	0.5654	0.5654
20	16	16	21	26	22	1.8826	1.8826
21	14	17	20	20	18	-0.3710	0.3710
22	13	17	25	20	18	-1.5619	1.5619
23	14	13	21	21	15	-3.1136	3.1136
24	16	17	24	16	19	-0.1516	0.1516
25	17	17	24	24	22	1.0242	1.0242
26	16	14	23	24	21	1.0868	1.0868
27	13	15	21	16	16	-1.2596	1.2596
28	15	16	23	22	20	0.3408	0.3408
29	9	20	25	22	17	-2.6202	2.6202
30	17	14	28	26	23	1.0474	1.0474
31	16	15	24	24	21	0.6187	0.6187
32	17	19	21	26	20	-0.8969	0.8969
33	14	18	21	24	19	-0.6391	0.6391
34	17	17	24	25	22	0.8242	0.8242
35	13	17	24	23	19	-0.8788	0.8788
36	11	11	18	22	17	0.5785	0.5785
37	13	16	19	17	20	2.9214	2.9214
38	14	12	18	18	16	-0.4794	0.4794
39	12	20	21	21	21	2.0392	2.0392

Nomor Subyek	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y	RES_1	ABSRES_1
40	11	14	20	18	17	0.2571	0.2571
41	14	15	24	26	19	-1.3328	1.3328
42	15	18	28	24	20	-1.8445	1.8445
43	10	14	24	21	18	-0.2508	0.2508
44	12	10	19	19	16	-0.1437	0.1437
45	11	9	21	22	18	1.0996	1.0996
46	19	18	22	24	22	0.9566	0.9566
47	18	17	18	22	19	-0.1019	0.1019
48	12	13	24	19	21	2.8858	2.8858
49	19	14	22	21	20	0.2971	0.2971
50	14	16	22	27	20	-0.1519	0.1519
51	11	14	19	16	15	-1.0599	1.0599
52	15	16	26	26	22	0.6918	0.6918
53	15	14	23	14	19	1.3110	1.3110
54	13	11	17	21	14	-2.3870	2.3870
55	16	17	21	27	22	1.4975	1.4975
56	11	16	24	19	19	0.5547	0.5547
57	14	13	22	19	18	0.0034	0.0034
58	15	15	21	21	16	-2.7080	2.7080
59	11	9	19	16	17	1.8656	1.8656
60	14	14	25	26	21	0.5692	0.5692
61	17	13	19	21	18	-0.2203	0.2203
62	12	15	22	18	19	1.2817	1.2817
63	19	14	26	22	19	-2.0350	2.0350
64	13	16	23	18	19	0.5893	0.5893
65	17	10	26	22	18	-1.8461	1.8461
66	12	9	23	21	16	-1.4907	1.4907
67	8	10	19	16	18	3.3533	3.3533
68	14	19	24	26	20	-1.0733	1.0733
69	19	13	22	25	22	1.6822	1.6822
70	11	13	19	27	20	1.9253	1.9253
71	11	13	21	24	16	-2.0408	2.0408
72	15	16	23	28	19	-1.8592	1.8592
73	14	15	20	21	18	-0.2008	0.2008
74	14	13	21	21	19	0.8864	0.8864
75	14	17	23	17	19	0.3799	0.3799
76	18	18	25	22	21	-0.2682	0.2682
77	13	15	16	21	16	-0.8444	0.8444
78	11	12	23	19	15	-2.4218	2.4218
79	16	14	23	24	22	2.0868	2.0868
80	13	17	21	17	16	-1.8298	1.8298
81	12	20	21	23	20	0.6392	0.6392
82	18	17	29	18	21	-0.4152	0.4152

Nomor Subyek	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y	RES_1	ABSRES_1
83	17	15	23	21	19	-0.7226	0.7226
84	15	14	19	21	14	-3.9569	3.9569
85	18	16	25	21	20	-0.6980	0.6980
86	16	17	26	20	18	-2.5176	2.5176
87	17	17	25	21	22	1.3411	1.3411
88	17	17	20	22	14	-5.4437	5.4437
89	14	16	20	21	17	-1.3859	1.3859
90	18	13	20	21	20	1.2725	1.2725
91	13	10	18	22	15	-1.6849	1.6849
92	14	16	21	18	19	0.9311	0.9311
93	14	15	23	17	18	-0.2499	0.2499
94	15	13	22	24	22	2.7792	2.7792
95	14	15	21	15	19	1.7162	1.7162
96	10	13	22	20	16	-1.2996	1.2996
97	13	17	23	25	23	3.0042	3.0042
98	14	16	21	22	18	-0.8689	0.8689
99	14	16	23	20	19	-0.0350	0.0350
100	16	15	27	28	22	-0.0304	0.0304

Lampiran 11

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
manfaat	100	8	19	14.34	2.535
kemudahan	100	9	20	14.99	2.600
kepercayaan	100	16	29	22.13	2.684
keamanan	100	14	28	21.46	3.286
minat	100	14	24	18.97	2.368
Valid N (listwise)	100				

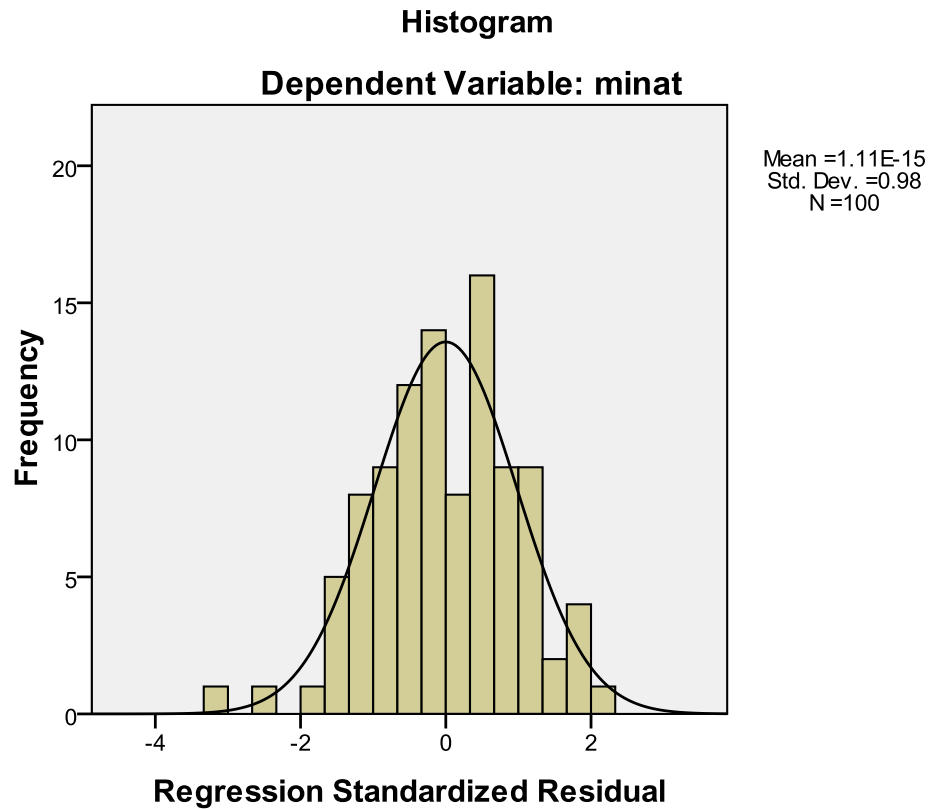
Lampiran 12

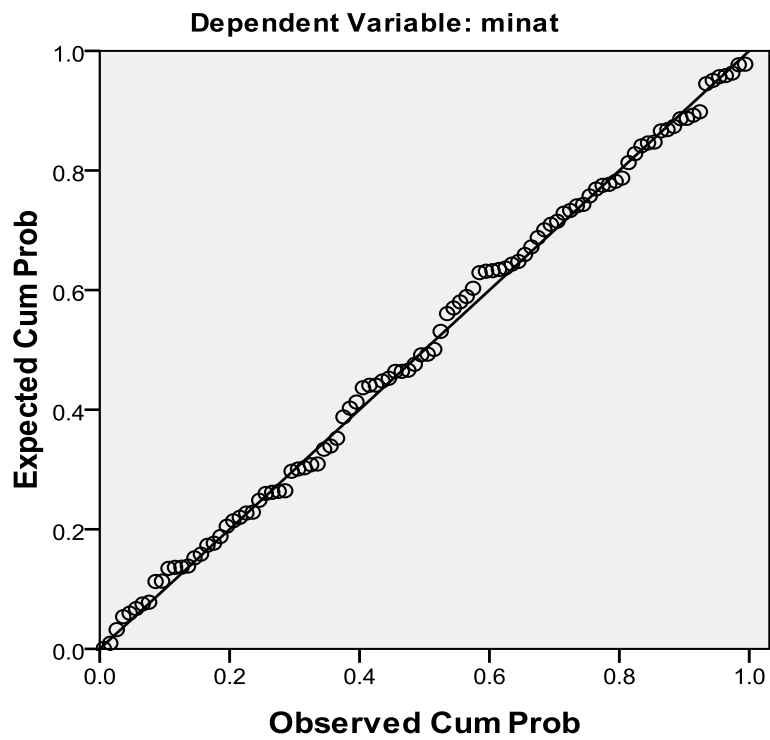
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64870051
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.034
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.517
Asymp. Sig. (2-tailed)		.952

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Uji Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.141 ^a	.020	-.021	.98692

a. Predictors: (Constant), keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.873	4	.468	.481	.750 ^a
	Residual	92.532	95	.974		
	Total	94.405	99			

a. Predictors: (Constant), keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat

b. Dependent Variable: ABSRES_1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.349	.987		2.381	.019
	manfaat	-.041	.043	-.107	-.950	.344
	kemudahan	-.013	.042	-.035	-.315	.753
	kepercayaan	-.021	.040	-.056	-.510	.611
	keamanan	.010	.033	.033	.302	.763

a. Dependent Variable: ABSRES_1

Analisis Regresi Linear Ganda

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.718 ^a	.515	.495	1.683	2.181

a. Predictors: (Constant), keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat

b. Dependent Variable: minat

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285.807	4	71.452	25.224	.000 ^a
	Residual	269.103	95	2.833		
	Total	554.910	99			

a. Predictors: (Constant), keamanan, kepercayaan, kemudahan, manfaat

b. Dependent Variable: minat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.424	1.682		1.441	.153		
	manfaat	.224	.074	.240	3.037	.003	.816	1.225
	kemudahan	.185	.071	.203	2.605	.011	.838	1.193
	kepercayaan	.283	.069	.321	4.125	.000	.843	1.186
	keamanan	.200	.056	.278	3.556	.001	.838	1.193

a. Dependent Variable: minat

Tabel-tabel Statistik

1. Tabel Manfaat Kritik dari Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	95%	99%		95%	99%		95%	99%
3	0.997	1.000	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.874	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.396	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.543	46	0.291	0.276	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.272	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.384	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Sumber : Suharsimi Arikunto 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*

Praktik. Jakarta: Rineka Cipta

2. Tabel F

db Penyebut		db Pembilang									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91	0.01	6.922	4.846	4.004	3.533	3.225	3.007	2.842	2.713	2.609	2.522
	0.05	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042	1.984	1.936
92	0.01	6.919	4.844	4.002	3.530	3.223	3.004	2.840	2.711	2.606	2.520
	0.05	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041	1.983	1.935
93	0.01	6.915	4.841	3.999	3.528	3.221	3.002	2.838	2.709	2.604	2.518
	0.05	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040	1.982	1.934
94	0.01	6.912	4.838	3.997	3.525	3.218	3.000	2.835	2.706	2.602	2.515
	0.05	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038	1.981	1.933
95	0.01	6.909	4.836	3.995	3.523	3.216	2.998	2.833	2.704	2.600	2.513
	0.05	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037	1.980	1.932
96	0.01	6.906	4.833	3.992	3.521	3.214	2.996	2.831	2.702	2.598	2.511
	0.05	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036	1.979	1.931
97	0.01	6.904	4.831	3.990	3.519	3.212	2.994	2.829	2.700	2.596	2.509
	0.05	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035	1.978	1.930
98	0.01	6.901	4.829	3.988	3.517	3.210	2.992	2.827	2.698	2.594	2.507
	0.05	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034	1.977	1.929
99	0.01	6.898	4.826	3.986	3.515	3.208	2.990	2.825	2.696	2.592	2.505
	0.05	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033	1.976	1.928
100	0.01	6.895	4.824	3.984	3.513	3.206	2.988	2.823	2.694	2.590	2.503
	0.05	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032	1.975	1.927

Sumber : Pembuatan Tabel F dengan Program Excel

3. Tabel t

Df	Tarf nyata (α)			
	0,010	0,025	0,050	0,100
91	2.631	2.368	1.986	1.662
92	2.630	2.368	1.986	1.662
93	2.630	2.367	1.986	1.661
94	2.629	2.367	1.986	1.661
95	2.629	2.366	1.985	1.661
96	2.628	2.366	1.985	1.661
97	2.627	2.365	1.985	1.661
98	2.627	2.365	1.984	1.661
99	2.626	2.365	1.984	1.660
100	2.626	2.364	1.984	1.660
101	2.625	2.364	1.984	1.660
102	2.625	2.363	1.983	1.660
103	2.624	2.363	1.983	1.660
104	2.624	2.363	1.983	1.660
105	2.623	2.362	1.983	1.659
106	2.623	2.362	1.983	1.659
107	2.623	2.362	1.982	1.659
108	2.622	2.361	1.982	1.659
109	2.622	2.361	1.982	1.659
110	2.621	2.361	1.982	1.659

Sumber : Pembuatan Tabel t dengan Program Excel

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Iswi Ardy Wedari
Tempat/Tanggal Lahir : Klaten, 06 Juni 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat : Mendak Rt 02/02 Delanggu, Klaten
No. Hand phone : 085726990933
Email : Iswiardi@ymail.com

Pendidikan Formal

2000 - 2006 : SDN 01 MENDAK
2006 - 2009 : SMP N 03 DELANGGU
2009 - 2012 : SMA 1 POLANHARJO
2012 – 2017 : IAIN SURAKARTA

