

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO  
TERHADAP MINAT TRANSAKSI DENGAN  
MENGUNAKAN I-BANKING  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

**SKRIPSI**



Oleh

**PUJI DWI RAHAYU**

**NIM : 16540002**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2020**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO  
TERHADAP MINAT TRANSAKSI DENGAN  
MENGUNAKAN I-BANKING  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**PUJI DWI RAHAYU**

**NIM : 16540002**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO  
TERHADAP MINAT TRANSAKSI DENGAN  
MENGUNAKAN I-BANKING  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

**SKRIPSI**

Oleh

**PUJI DWI RAHAYU**

NIM: 16540002

Telah disetujui pada tanggal 18 Juni 2020  
Dosen Pembimbing,

**Khusnudin, S.Pi., M.Ei**  
NIDT. 19700617201608011052

Mengetahui :  
Ketua Jurusan,

**Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D**  
NIP. 19751109 199903 1 003

## LEMBAR PENGESAHAN

# PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT TRANSAKSI DENGAN MENGUNAKAN I-BANKING (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)

## SKRIPSI

Oleh  
**PUJI DWI RAHAYU**  
NIM: 16540002

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Tanggal 13 Juni 2020

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <b><u>Ulfi Kartika Oktaviana, SE., M.Ec</u></b> NIP. 19761019 2008012 011	( )
2. Pembimbing/Sekretaris <b><u>Khusnudin, S.Pi., M.Ei</u></b> NIDT. 19700617201608011052	( )
3. Penguji Utama <b><u>Dr. Eko Suprayitno, SE., M.Si., P.hD</u></b> NIP. 19751109 199903 1 003	( )

Disahkan Oleh:  
Ketua Jurusan,

**Eko Suprayitno. SE., M.Si., Ph.D**  
NIP. 19751109 199903 1 003

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puji Dwi Rahayu  
NIM : 16540002  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN I-BANKING (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 13 Juni 2020

Hormat saya,



Puji Dwi Rahayu  
NIM: 16540002

## PERSEMBAHAN

*Sujud syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan, sehingga tulisan sederhana ini dapat diselesaikan dengan baik.*

### ***Karya tulisan ini kupersembahkan :***

*Bapak, Ibu, dan Saudara Laki-laki ku yang aku sayangi, Bapak Akh. Rifadi, S.T, Ibu Ibun Ati, serta Saudara Laki-laki ku Bagus Permadi. Terimakasih atas segala kasih sayang yang kau alirkan ke dalam setiap proses menuju dewasaku. Terimakasih atas semua harapan dan doa terbaik yang kalian panjatkan hanya untukku. Semoga setiap air mata yang jatuh dari matamu dan seluruh peluh tetesan keringat yang kalian keluarkan atas segala kepentinganku, menjadi sungai untukmu di Surga nanti Aamiin.*

*In the end, I just wanna say massive thank you and sorry. I have one promise for you, I'll mke you pround someday.*

**-I LOVE YOU-**

## MOTTO

***“EVERYDAY IS RACE  
THE LAST BUT NOT LEAST”***

**(Anonymous)**

“Setiap hari langkah kehidupan begitu cepat, bagaikan pembalap berebut dan melaju menjadi nomor satu, tetapi yang terakhir bukanlah yang terburuk”

***“SUCCESS IS THE ABILITY TO GO FROM ONE FAILURE TO ANOTHER  
WITH NO LOSS OF ENTHUSIASM”***

**(Sir Winston Churchill, Great Britain Prime Minister On World War II)**

“Kesuksesan adalah kemampuan untuk beranjak dari suatu kegagalan kegagalan yang lain tanpa kehilangan untuk berhasil”

**مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ**

**Artinya :**

*”Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang”.*

**(HR. Turmudzi)**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan Alhamdulillah atas segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN I-BANKING (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)**.

Sholawat serta salam semoga dapat tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang mengantarkan kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang. Sehingga penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan juga bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yakni Tuhan Yang Maha Esa yang selalu senantiasa memeberikan Rahmat-Nya, Hidayah, serta Rezeki berupa kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proporsal Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

5. Bapak Khusnudin, S. Pi., M. Ei, selaku Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Segenap dosen staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak, Ibu, Kakak, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa serta dukungan sehingga penulis selalu beristiqomah menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat Perbankan Syariah S1 angkatan ke-4 yang sejak awal senantiasa menemani serta memberikan semangat dan dukungan motivasi dalam proses penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai responden yang telah menyempatkan waktunya dalam membantu penelitian untuk tugas akhir ini.
10. Dan semua pihak yang ikut serta membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini baik berupa yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua amal kebbaikannya atas bantuan, serta bimbingan dan doa yang diberikan kepada penulis. Dan besar harapan penulis semoga karya yang sederhana ini bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya robbal'alamin.

Malang, 29 Juni 2020

Puji Dwi Rahayu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMA JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab).....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1. Kajian Terdahulu.....	13
2.2. Kajian Teoritis.....	27
2.2.1. Perbankan Syariah .....	27
2.2.1.1. Definisi Perbankan Syariah .....	27
2.2.1.2. Ciri-ciri Bank Syariah.....	30
2.2.1.3. Karakteristik Bank Syariah.....	32
2.2.1.4. Perbedaan <i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i> .....	33
2.2.1.5. Kedudukan <i>Internet Banking</i> dalam Perbankan Syariah.....	37
2.2.2. Minat Bertransaksi .....	38
2.2.2.1. Konsep Minat Bertransaksi .....	38
2.2.2.2. Faktor Pembentuk Minat Bertransaksi .....	40
2.2.2.3. Indikator Pengukuran Minat Bertransaksi .....	41
2.2.3. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	41
2.2.4. Perpsi Kemudahan .....	44
2.2.5. Persepsi Risiko.....	46
2.2.6. Hubungan Antar Variabel.....	50
2.2.6.1. Hubungan Antar Variabel Persepsi Kemudahan dengan Minat.....	50
2.2.6.2. Hubungan Antar Variabel Persepsi Risiko dengan Minat.....	51
2.3. Kerangka Konseptual .....	52
2.4. Hipotesis.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	57
3.2. Lokasi Penelitian.....	58

3.3. Populasi dan Sampel .....	58
3.4. Teknik Pengumpulan Sampel .....	61
3.5. Data dan Jenis Data .....	62
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.7. Definisi Operasional Variabel .....	63
3.8. Analisis Data .....	68
3.8.1. Uji Validitas .....	69
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	71
3.8.3. Uji Asumsi Klasik .....	72
3.8.3.1. Uji Normalitas .....	72
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas .....	73
3.8.3.3. Uji Heteroskedastitas .....	74
3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	75
3.8.4.1. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	75
3.8.5. Uji Hipotesis .....	76
3.8.5.1. Uji Parsial (t) .....	76
3.8.5.2. Uji Simultan (f) .....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>78</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	78
4.1.1. Gambaran Umum Responden .....	78
4.1.1.1. Jenis Kelamin .....	79
4.1.1.2. Usia .....	79
4.1.1.3. Penghasilan atau Uang Saku .....	80
4.1.2. Hasil Analisis Diskriptif .....	81
4.1.2.1. Faktor Persepsi Kemudahan .....	81
4.1.2.2. Faktor Persepsi Risiko .....	86
4.1.2.3. Faktor Minat Transaksi .....	90
4.1.3. Uji Instrumen Data .....	93
4.1.3.1. Uji Validitas .....	94
4.1.3.2. Uji Reliabilitas .....	96
4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	96
4.1.4.1. Uji Normalitas .....	96
4.1.4.2. Uji Multikolinearitas .....	98
4.1.4.3. Uji Heterokidastitas .....	99
4.1.5. Uji Regresi Linier Berganda .....	100
4.1.5.1. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	102
4.1.6. Uji Hipotesis .....	102
4.1.6.1. Uji Parsial (t) .....	102
4.1.6.2. Uji Simultan (f) .....	104
4.2. Pembahasan .....	105
4.2.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Transaksi Dengan Menggunakan <i>I-Banking</i> .....	105
4.2.2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Transaksi Dengan Menggunakan <i>I-Banking</i> .....	107
4.2.3. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Secara Simultan Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Minat Transaksi	

Dengan Menggunakan <i>I-Banking</i> .....	110
<b>BAB V PENTUP</b> .....	<b>112</b>
5.1. Kesimpulan .....	112
5.2. Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

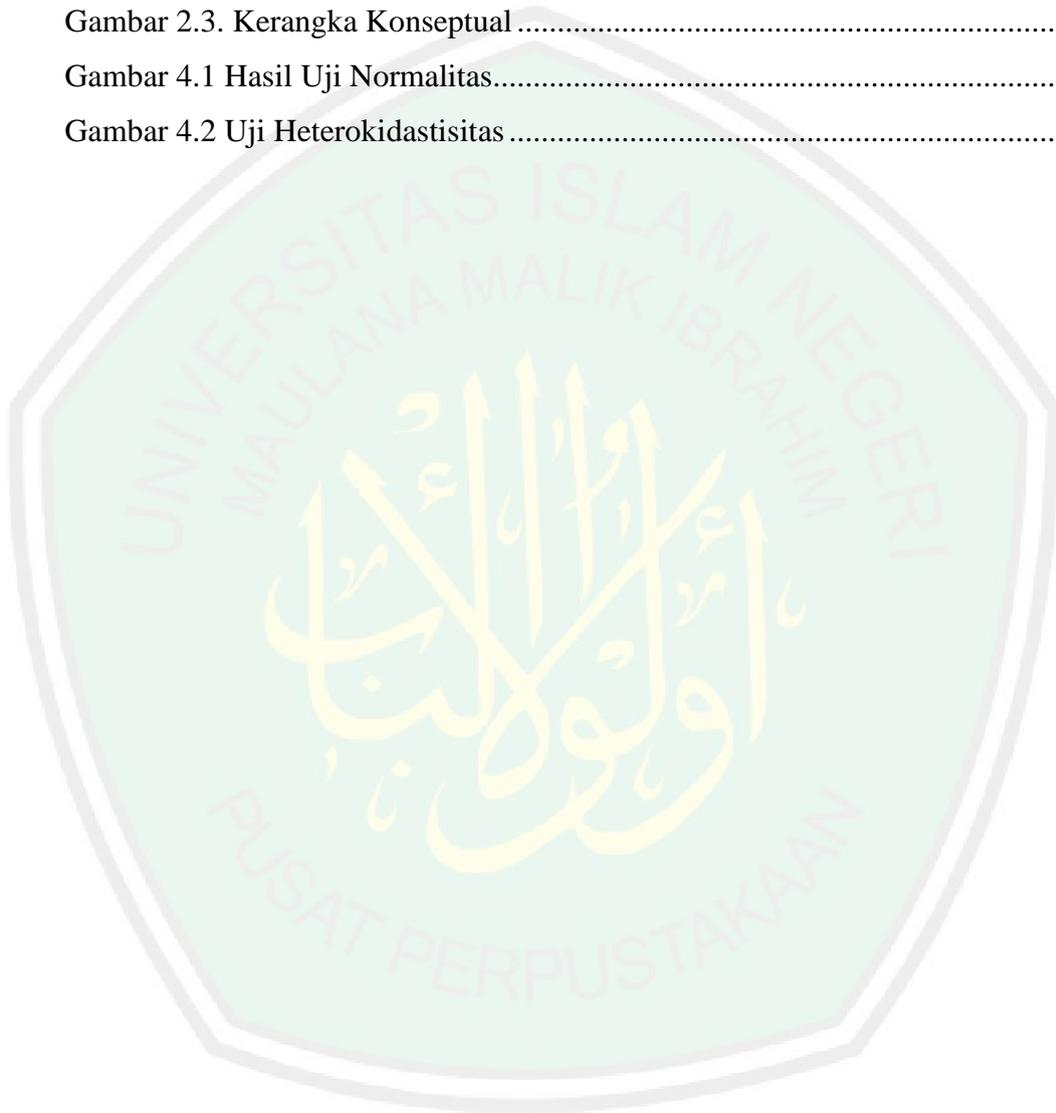


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Frekuensi Transaksi I-Banking .....	3
Tabel 2.1. Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2. Keterangan Jawaban Skala Likert.....	54
Tabel 3.3. Kategori Mean.....	55
Tabel 3.4. Tingkat Reliabilitas .....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	64
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Presepsi Kemudahan.....	65
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Persepsi Risiko.....	69
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Minat Transaksi .....	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	80
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji t .....	82
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Terbentuknya Minat.....	30
Gambar 2.2. Perilaku sebagai Penggunaan Teknologi dalam Model TAM .....	33
Gambar 2.3. Kerangka Konseptual .....	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.2 Uji Heterokidastisitas .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisiner
- Lampiran 2 Data Hasil Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Output Spss
- Lampiran 4 Biodata Peneliti
- Lampiran 5 Bukti Plagiasi
- Lampiran 6 Konsultasi



## ABSTRAK

Puji Dwi Rahayu, 2020, SKRIPSI. JUDUL:”Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Transaksi Dengan Menggunakan *I-Banking* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”

Pembimbing : Khusnudin, S.P., M.Ei.

Kata Kunci : Presepsi Kemudahan, Presepsi Risiko, Minat Transaksi, dan *I-Banking*

Layanan *internet banking (I-Banking)* merupakan bentuk layanan yang berguna untuk mempermudah bank dalam memberikan pelayanan pada nasabahnya dan sangat tepat digunakan dalam era digital saat ini. Melalui *i-Banking*, perbankan dapat melayani nasabah dalam mengakses informasi, melakukan transaksi, pembayaran, serta transaksi lainnya melalui jaringan internet. Kehadiran *i-Banking* tersebut kemudian membawa perubahan yang mendasar dari jenis layanan perbankan, yakni dari *bank delivery channels* menuju *self-service channels*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat transaksi dengan menggunakan *i-Banking*. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 118 responden.

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah. Dan agar mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Variabel persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Dan secara simultan Kedua variabel yaitu persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*.

## ABSTRACT

Puji Dwi Rahayu, 2020, *SKRIPSI*. TITLE: "*The Effect of Perception on Ease and Risk of Interest in Transactions Using I-Banking (Study of State Islamic University Students in Maulana Malik Ibrahim Malang)*"

Supervisor : Khusnudin, S.P., M.Ei.

Keywords : *Ease Perception, Risk Perception, Transaction Interest, and I-Banking*

*Services Internet banking (I-Banking) is a form of service that is useful to facilitate the bank in providing services to its customers and is ideal to use in the digital era. Through i-Banking, banking can serve customers in accessing information, making transactions, payments, and other transactions through the internet network. The presence of i-Banking then brought a fundamental change from the types of banking services, namely from bank delivery channels to self-service channels. The purpose of this study was to determine and analyze the effect of perceived ease of interest on transactions using i-Banking. The study was conducted on students of the State Islamic University (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang who is a customer of Islamic banks. This research was conducted using a quantitative approach. The number of samples taken was 118 respondents.*

*To find out and analyze the effect of risk perception significantly influence the interest in transactions using i-Banking on State Islamic University (UIN) Students Maulana Malik Ibrahim Malang who is an Islamic bank customer. And in order to know and analyze the effect of perceived ease and risk perception on the interest of transactions using i-Banking at State Islamic University (UIN) Students Maulana Malik Ibrahim Malang who is a customer of Islamic banks.*

*The test results show that partially ease of perception has a positive and significant effect on interest in making transactions through i-Banking. Risk perception variables and negative effect significant on the interest of transactions through i-Banking. And simultaneously the two variables namely ease of perception and risk perception have a positive and significant effect on the interest in making transactions through i-Banking.*

## املستخلص

بوجي دوي راهايو ، ٠٢٠٢ ، أطروحة. العنوان: "تأثير سهولة وإدراك المخاطر على الفائدة في المعاملات باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية (دراسة طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية في مالانغ)"

المشرف : حسنودين الما جستير

الكلمات الرئيسية : سهولة الإدراك ، وإدراك المخاطر ، وفائدة المعاملات ، و I-Banking

الخدمات والخدمات المصرفية عبر (الإنترنت المصرفية عبر الإنترنت) هي شكل من أشكال الخدمة مفيد لتسهيل البنك في تقديم الخدمات لعملائه وهو مثالي للاستخدام في العصر الرقمي. من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية، يمكن للخدمات المصرفية أن تخدم العملاء في الوصول إلى المعلومات ، وإجراء المعاملات ، والمدفوعات ، والمعاملات الأخرى من خلال شبكة الإنترنت. ثم أدى وجود الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى إحداث تغيير جذري من أنواع الخدمات المصرفية ، أي من قنوات توصيل البنوك إلى قنوات الخدمة الذاتية. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد وتحليل تأثير سهولة الفائدة المتصورة على المعاملات باستخدام I-المصرفية. أجريت الدراسة على طلاب جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج ، وهو أحد عملاء البنوك الإسلامية. تم إجراء هذا البحث باستخدام نهج كمي. بلغ عدد العينات المأخوذة ١١٨ مستجيباً.

لمعرفة وتحليل تأثير إدراك المخاطر يؤثر بشكل كبير على الاهتمام بالمعاملات التي تستخدم *i-Banking* على طلاب الجامعة الإسلامية الحكومية (UIN) مولانا مالك إبراهيم مالانج ، وهو عميل مصرفي إسلامي. ومن أجل معرفة وتحليل تأثير السهولة المتصورة وإدراك المخاطر على مصلحة المعاملات باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في جامعة الدولة الإسلامية (UIN) طلاب مولانا مالك إبراهيم مالانج ، وهو أحد عملاء البنوك الإسلامية.

تظهر نتائج الاختبار أن سهولة الإدراك الجزئي لها تأثير إيجابي وهام على الاهتمام بإجراء المعاملات من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية. متغيرات الإدراك المخاطر تأثير سلبي كبير على مصلحة المعاملات من خلال ط المصرفية. وفي الوقت نفسه ، يكون للمتغيرين ، وهما سهولة الإدراك وإدراك المخاطر ، تأثير إيجابي وهام على الفائدة في إجراء المعاملات من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sejak disetujuinya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup signifikan (Telkom Indonesia, n.d.). Perkembangan tersebut tidak hanya dalam bentuk munculnya berbagai bank baru yang menerapkan prinsip syariah atau dilebarkannya bank konvensional menuju bank syariah saja, melainkan juga dalam hal peningkatan pembiayaan, pendanaan, dan jumlah nasabah pada bank syariah. Perbankan memiliki sistem yang unik berupa tidak diperkenankan adanya riba dalam segala kegiatan operasionalnya. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Imran Ayat 130 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (QS: Al-Imran: 130).*

Selain itu, sistem pada bank syariah (terutama sistem bagi hasil) yang dianggap merupakan strategi tangguh dalam menghadapi guncangan krisis moneter, merupakan salah satu faktor yang menarik bagi bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau melakukan konversi total ke sistem syariah. Menurut agus riantianto (2002) adapun alasan-alasan

mengapa bank konvensional membuka cabang syariah dan atau konversi total ke sistem syariah adalah: “Pertama, Sistem bagi hasil terbukti lebih tangguh dalam menghadapi guncangan krisis moneter; Kedua, Secara sosiologis mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim; Ketiga, Secara teologis, implementasi sistem syariah merupakan realisasi komitmen seorang mukmin kepada ajaran Islam; Keempat, Secara bisnis pragmatis lebih menguntungkan, karena penduduk Indonesia mayoritas muslim.

Ditambah pula oleh keadaan bahwa tingginya penduduk muslim di Indonesia (88,2%) dapat menjadi pasar yang potensial bagi perbankan berbasis syariah (Telkom, 2019). Meski demikian, hingga saat ini bank syariah hanya memiliki *market share* (pangsa pasar) yang dapat dikatakan kecil dibandingkan bank konvensional. Hal tersebut dibuktikan dengan paparan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyatakan bahwa *market share* perbankan syariah adalah 5,7% pada bulan Juni 2018, namun hingga awal Tahun 2019 *market share* tersebut tidak mengalami perubahan berarti dan hanya mampu mencapai 5,94% (Selanti dan Ma'rifah, 2019). Dengan demikian, diperlukan upaya untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah melalui komitmen pemerintah, perbaikan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), meningkatkan pelayanan, serta sosialisasi dan edukasi (Hasanah, 2017).

Menurut Kahir dalam Hasanah (2017), meningkatkan pelayanan merupakan salah satu upaya bank syariah untuk mempertahankan eksistensinya dalam bersaing dengan sesama bank syariah maupun bank

konvensional. Pelayanan prima yang dilakukan oleh bank syariah perlu ditingkatkan melalui inovasi pelayanan guna memberikan kemudahan dalam pelayanan bagi masyarakat, sehingga kemudian juga mampu mempengaruhi masyarakat lebih banyak untuk menggunakan pelayanan bank syariah. Salah satu strategi meningkatkan pelayanan prima tersebut adalah dengan mekanisme pelayanan yang terintegrasi dengan internet, atau biasa dinamakan sebagai *internet banking (electronic banking)*. Layanan *internet banking (i-Banking)* merupakan bentuk layanan yang berguna untuk mempermudah bank dalam memberikan pelayanan pada nasabahnya dan sangat tepat digunakan dalam era digital saat ini.

Melalui *i-Banking*, perbankan dapat melayani nasabah dalam mengakses informasi, melakukan transaksi, pembayaran, serta transaksi lainnya melalui jaringan internet. Kehadiran *i-Banking* tersebut kemudian membawa perubahan yang mendasar dari jenis layanan perbankan, yakni dari *bank delivery channels* menuju *self-service channels*. Hal tersebut dikarenakan melalui layanan *i-Banking*, nasabah tidak perlu datang pada bank yang bersangkutan untuk mendapatkan pelayanan. Dengan demikian, *i-Banking* tidak hanya memberi keuntungan bagi bank, melainkan juga bagi para nasabah. Selain itu, keberadaan *i-Banking* menunjukkan bahwa persaingan dalam sektor perbankan telah berada pada level yang lebih tinggi. Adapun perkembangan frekuensi transaksi *i-Banking* pada beberapa bank di Indonesia ditampilkan pada tabel berikut:

**Tabel 1.1. Perkembangan Frekuensi Transaksi *I-Banking* pada Beberapa Bank di Indonesia**

Frekuensi				
2012	2013	2014	Perkembangan 2012-2013	Perkembangan 2013-2014
235.957.566	311.880.376	437.798.960	32,18%	40,37%

Sumber: Ojk.go.id, 2015

Dari data tersebut diketahui bahwa selama periode Tahun 2013 hingga 2014 frekuensi transaksi *i-Banking* perbankan di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Keberhasilan *i-Banking* tersebut tentunya sangat tergantung pada bagaimana nasabah menerima sistem tersebut, sehingga penting bagi pihak bank untuk mengetahui terkait respon dari para nasabahnya dalam penggunaan *i-Banking* untuk menerima layanan perbankan. Permasalahan terkait penerimaan dan pemanfaatan layanan *i-Banking* oleh nasabah dapat dijelaskan melalui kerangka *Theory Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan model yang ditujukan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Menurut Davis (1989), TAM dalam penerapannya berfokus pada dua konsep utama yang dipercaya dalam penerimaan pengguna teknologi, salah satunya yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauhmana tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi, maka akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007:116). Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemudahan yang diberikan suatu teknologi atau sistem,

maka akan meningkatkan minatnya dalam menggunakan teknologi atau sistem tersebut. Teori tersebut saat ini telah banyak dibuktikan melalui berbagai penelitian yang dilakukan pada berbagai sektor, termasuk salah satunya adalah penelitian oleh Fadlan dan Dewantara (2018). Dalam penelitiannya, Fadlan dan Dewantara (2018) telah membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan minat mahasiswa Universitas Brawijaya dalam bertransaksi menggunakan *Mobile Banking*.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Wulandari (2018), dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menemukan faktor yang membentuk minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada nasabah Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Lubuk Pakam. Wulandari (2018) dalam penelitian tersebut menemukan bahwa ketertarikan nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking* disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kemudahan. Dengan demikian, dari teori dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap peningkatan minat seseorang dalam menggunakan suatu pelayanan.

Meski demikian, persepsi kemudahan penggunaan bukanlah satu-satunya hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan layanan berbasis teknologi seperti *i-Banking*. Melainkan terdapat hal lain yang perlu menjadi pertimbangan, seperti segi keamanan dan tingkat risiko minim yang ditimbulkan dari penggunaan *i-Banking*. Penggunaan *i-Banking* yang terintegrasi dengan internet memiliki risiko yang tinggi, meliputi mudahnya manipulasi oleh pihak internal, *hacking*, tidak stabilnya server, dan mudah

terjadinya kesalahan pengguna (*human error*), yang kemudian beberapa risiko tersebut kemudian dianggap mampu mempengaruhi minat dari calon pengguna. Terdapat pula beberapa penelitian yang membahas terkait pengaruh risiko dalam pembentukan minat penggunaan suatu produk, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Ariani dan Zulhawati (2017). Ariani dan Zulhawati (2017) dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa selain kualitas layanan dan keamanan, terdapat hal lain yang membentuk minat seseorang dalam menggunakan LINE Pay, yakni risiko yang diukur dari risiko psikologis, risiko keuangan, risiko kinerja, serta risiko sosial. Risiko menurut Ariani dan Zulhawati (2017) memiliki pengaruh negatif atau berbanding terbalik dengan minat seseorang dalam menggunakan LINE Pay.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariani dan Zulhawati (2017) tersebut diperkuat dengan penelitian Jayantari dan Seminari (2018) yang menganalisis tentang persepsi risiko terhadap minat penggunaan Mandiri *Mobile Banking* di Kota Denpasar, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan sebagai mediasi. Dalam penelitian tersebut didapati bahwa baik secara langsung maupun tidak langsung, persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan Mandiri *Mobile Banking* di Kota Denpasar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko yang dihadapi semakin rendah, maka akan meningkatkan minat penggunaan atas suatu teknologi atau sistem.

Dengan melakukan berbagai analisis untuk mengetahui penerimaan nasabah terkait persepsi kemudahan dan persepsi risiko atas penggunaan *i-*

*Banking* serta kaitannya dengan pembentukan minat penggunaan, perbankan syariah mampu menentukan strategi perbaikan layanan *i-Banking* untuk bersaing dengan sesama bank syariah maupun bank konvensional lainnya. Karena pada faktanya, saat ini penggunaan fitur layanan *i-Banking* telah tersebar luas pada berbagai kalangan, tidak terkecuali pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan golongan dengan jumlah yang relatif banyak sehingga bisa menjadi lahan potensial bagi perbankan syariah. Hal tersebut juga tidak lepas dari beberapa aktivitas mahasiswa yang tidak lepas dari penggunaan jasa perbankan seperti transaksi keuangan akademik, dan lain sebagainya, terutama transaksi pengiriman uang dari wali yang berada di luar daerah.

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu universitas negeri yang berada di wilayah Kota Malang. Banyaknya mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berasal dari luar wilayah Kota Malang merupakan salah satu faktor yang menjadikan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai pangsa pasar dari berbagai produk perbankan, termasuk *i-Banking* dari bank syariah. Sehingga mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang juga dapat digunakan sebagai populasi penelitian dalam upaya mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* Bank Syariah.

Berbagai uraian tersebut kemudian mendorong dilakukannya penelitian ini guna melakukan studi empiris mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi minat transaksi menggunakan *i-Banking* yang dimiliki Bank Syariah di Indonesia untuk menguji pengaruh variabel persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap variabel minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah Bank Syariah.

Adapun persamaan yang ada dalam penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah kesamaan penggunaan variabel persepsi kemudahan (Fadlan dan Dewantara, 2018) dan risiko (Ariani dan Zulhawati, 2017; Jayantari dan Seminari, 2018) sebagai variabel bebas, serta minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat transaksi (Fadlan dan Dewantara, 2018; Ariani dan Zulhawati, 2017; Jayantari dan Seminari, 2018) sebagai variabel terikat. Kesamaan lain yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah digunakannya analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data (Ariani dan Zulhawati, 2017).

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah bahwa pada penelitian terdahulu memilih bank atau perusahaan konvensional, seperti misalnya Fadlan dan Dewantara (2018) yang menggunakan *Mobile Banking* perbankan konvensional; Jayantari dan Seminari (2018) yang menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri, serta; Ariani dan Zulhawati (2017) yang menggunakan *Line Pay* (pembayaran melalui aplikasi LINE) sebagai objek penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini, objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Perbedaan juga terdapat pada pendekatan maupun teknik analisis data yang

digunakan. Pada penelitian terdahulu, Wulandari (2018) menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang berbeda ditunjukkan dengan penelitian oleh Jayantari dan Seminari (2018) yang menggunakan analisis jalur dan Teori Solimun sebagai teknik analisis data, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian. Selain itu, terdapat implikasi pada penelitian terdahulu berupa saran untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memperluas lingkup penelitian atau melakukan pada objek yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

*Internet banking* suatu kegiatan transaksi yang berkaitan dengan perbankan, yang mana kegiatan transaksi tersebut dapat dilakukan dengan bantuan fasilitas jaringan internet. Alasan peneliti memilih jaringan *internet banking*, karena dapat mempermudah dan mempercepat dalam menjalankan transaksi. Sehingga peneliti memilih mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai objek untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap perkembangan teknologi pada *i-Banking*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka berikut merupakan rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah yang telah diuraikan, maka berikut merupakan tujuan penelitian ini.

- 1.3.1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah.
- 1.3.2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada

Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah.

- 1.3.3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah bank syariah.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini secara umum diharapkan mampu memberikan nilai dan dampak positif secara teoritis maupun secara praktis yang berkaitan dengan faktor persepsi kemudahan dan persepsi risiko sebagai pembentuk minat transaksi menggunakan *i-Banking* perbankan syariah yang ada di Indonesia. Adapun secara spesifik, manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah terutama kaitannya dengan persepsi kemudahan dan dan persepsi risiko sebagai pembentuk minat menggunakan produk atau pelayanan perbankan syariah.
- b. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan atau tinjauan bagi penelitian selanjutnya, terutama dalam kaitannya dengan upaya pembentukan minat penggunaan produk atau

pelayanan melalui konstruk *Technology Acceptance Model* (TAM).

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi serta penambah wawasan bagi pihak pengelola perbankan syariah maupun pelaku ekonomi lainnya, sehingga dapat memahami faktor pembentuk minat penggunaan produk maupun layanan melalui konstruk *Technology Acceptance Model* (TAM). Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat mempermudah dalam memperoleh konsumen bagi pengelola perbankan syariah maupun pihak-pihak lain yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan peneliti sehingga terdapat batasan yang jelas dalam melakukan penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian yang berjudul “*Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude, and Intention to Shop Online*”, Juniwati (2014) bertujuan untuk mengetahui terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian online di kalangan mahasiswa. Penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif yang melibatkan 200 mahasiswa aktif yang tidak pernah melakukan pembelian online sebelumnya. Data dalam penelitian tersebut dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* atau SEM dengan teori yang berbasis pada TAM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik persepsi kegunaan, kemudahan, dan risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian secara simultan. Sedangkan secara parsial, persepsi kegunaan dan kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian, dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya penggunaan variabel persepsi risiko dan kemudahan untuk memprediksi minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat bertransaksi. Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu

dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Teknik analisis data pada penelitian terdahulu juga berbeda dimana penelitian terdahulu menggunakan analisis SEM sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Terdapatnya variabel persepsi kegunaan juga menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Oroh *et al.* (2015) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Kembali Tiket Elektronik Lion Air” bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan konsumen terhadap pembelian kembali. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dari 100 orang yang terlibat sebagai responden. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian tersebut menggunakan uji regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa secara simultan kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian kembali. Sedangkan secara parsial, pengaruh signifikan hanya ditunjukkan oleh variabel kepercayaan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya

kesamaan penggunaan variabel kemudahan dalam memprediksi minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat transaksi. Kesamaan lain yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah digunakannya analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data. Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Ariani dan Zulhawati (2017) dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan LINE Pay” bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, keamanan, serta risiko terhadap minat menggunakan LINE Pay. Jenis penelitian tersebut adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian tersebut melibatkan 100 responden yang dipilih dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data utama yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay. Sedangkan risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya kesamaan penggunaan

variabel risiko dalam memprediksi minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat transaksi. Kesamaan lain yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah digunakannya analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih perusahaan yang bukan perbankan syariah sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Selain itu, pada penelitian terdahulu menggunakan *accidental sampling* sebagai teknik pengumpulan sampel. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Dewi *et al.* (2017) dalam penelitian yang berjudul “Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestasi” bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi atas risiko dan modal investasi minimal terhadap minat berinvestasi di pasar modal dengan menggunakan mahasiswa sebagai sampel penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi atas risiko dan modal investasi minimal berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal baik secara parsial maupun simultan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya kesamaan penggunaan variabel risiko dalam memprediksi keputusan responden atau dalam hal ini adalah minat transaksi. Kesamaan lain yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah digunakannya analisis regresi

berganda sebagai teknik analisis data. Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Maziriri dan Chuchu (2017) dalam penelitian berjudul “*The Conception of Consumer Perceived Risk towards Online Purchases of Apparel and an Idiosyncratic Scrutiny of Perceived Social Risk: A Review of Literature*” bertujuan untuk memberikan ikhtisar pengakuan pada konsep risiko yang dirasakan dan risiko sosial yang dirasakan. Penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif di mana analisis konseptual dicapai dengan menggunakan tinjauan literatur konsep-konsep seperti risiko, risiko yang dirasakan, serta risiko sosial yang dirasakan. Temuan dalam penelitian tersebut menggaris bawahi bahwa pengecer pakaian dapat mengatasi tantangan resistensi konsumen karena risiko sosial yang dirasakan melalui penyediaan informasi yang bermanfaat dan relevan kepada para konsumen. Selain itu, memberikan informasi yang cukup kepada para konsumen mengenai suatu produk serta penggunaan merek-merek terkenal dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan konsumen yang mengarah pada kegiatan pembelian. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang

akan dilakukan adalah dalam penelitian tersebut dibahas mengenai faktor risiko yang merupakan salah satu faktor pembentuk minat pembelian, di mana dalam penelitian ini, persepsi risiko juga digunakan sebagai prediktor dalam menentukan minat penggunaan atau bertransaksi. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian terdahulu terdapat teknik pengumpulan data menggunakan tinjauan literatur, wawancara, dan observasi sedangkan dalam penelitian ini tidak terdapat teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan dan Dewantara (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)” bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis terkait pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Jenis penelitian tersebut adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian tersebut melibatkan 96 responden yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data utama yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan maupun persepsi kegunaan, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif

dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya kesamaan penggunaan variabel persepsi kemudahan sebagai variabel bebas dalam memprediksi variabel terikat yakni minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat transaksi. Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian tersebut juga sama dengan teknik analisis data pada penelitian yang akan dilakukan, yakni analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih bank atau perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Pada penelitian terdahulu juga terdapat variabel persepsi kegunaan yang tidak ada dalam penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Jyantari dan Seminari (2018) telah melakukan penelitian dengan judul “Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan *Mandiri Mobile Banking* di Kota Denpasar”. Penelitian tersebut ditujukan untuk menjelaskan peran kepercayaan dalam memediasi persepsi risiko terhadap niat menggunakan *Mandiri Mobile Banking*. Jenis penelitian tersebut adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian tersebut melibatkan 100 responden yang dipilih dengan teknik

*purposive sampling*. Teknik analisis data utama yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dan Teori Solimun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat penggunaan *Mandiri Mobile Banking* di Kota Denpasar. Sedangkan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Sehingga dalam upaya meningkatkan niat penggunaan *Mandiri Mobile Banking* di Kota Denpasar dapat meminimalisir persepsi risiko dan peningkatan kepercayaan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya penggunaan variabel persepsi risiko untuk memprediksi minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat bertransaksi. Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih bank atau perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Teknik analisis data pada penelitian terdahulu juga berbeda dimana menggunakan analisis jalur dan Teori Solimun, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Terdapatnya variabel kepercayaan juga menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Dalam penelitian yang berjudul “Keputusan Pembelian *E-Commerce* Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan WEB”, Romla dan Ratnawati (2018) bertujuan untuk mengetahui pembentukan keputusan pembelian *E-Commerce* melalui kemudahan penggunaan, kualitas informasi, serta kualitas interaksi layanan WEB. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden sebanyak 100 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan ketentuan responden merupakan Mahasiswa Unissula angkatan 2013 dan telah melakukan pembelian melalui situs online minimal dua kali. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan Web memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Dan kemudian kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kemudahan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan Web. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya penggunaan variabel persepsi kemudahan untuk memprediksi minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat bertransaksi. Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Teknik analisis data pada

penelitian terdahulu juga berbeda dimana penelitian terdahulu menggunakan analisis jalur sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Terdapatnya variabel persepsi kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi layanan web juga menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Dalam penelitian berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam”, Wulandari (2018) bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terkait faktor-faktor yang menimbulkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* serta bagaimana cara PT Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan layanan *mobile banking* pada nasabah. Jenis penelitian tersebut adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi pustaka, wawancara, kuesioner, serta observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* adalah karena adanya kemudahan, kenyamanan, serta keamanan yang diberikan oleh layanan *mobile banking*. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pemilihan bank syariah sebagai objek penelitian. Selain itu, dalam penelitian tersebut dihasilkan bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor pembentuk minat penggunaan *mobile banking*, di mana dalam penelitian ini, persepsi kemudahan juga digunakan sebagai prediktor dalam menentukan minat

penggunaan atau bertransaksi. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian terdahulu terdapat teknik pengumpulan data menggunakan observasi serta wawancara, sedangkan dalam penelitian ini tidak terdapat teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian secara Online”, Prabowo dan Wiratno (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui survei. Data penelitian tersebut diperoleh dari konsumen online shop di Kabupaten Klaten dengan jumlah 100 sampel. Data dalam penelitian tersebut dianalisis dengan regresi linear sederhana. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan dari kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah adanya kesamaan penggunaan variabel kemudahan dalam memprediksi minat penggunaan atau dalam hal ini adalah minat transaksi. Kesamaan lain yang terdapat pada penelitian terdahulu adalah digunakannya analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data.

Selain itu, teknik pemilihan yang digunakan juga sama, yaitu dengan *purposive sampling* atau dengan penentuan kriteria sampel penelitian. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian tersebut memilih perusahaan konvensional sebagai objek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah perbankan syariah. Perbedaan secara keseluruhan juga terdapat pada subjek, lokasi, dan periode penelitian.

**Tabel 2.1. Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu**

NO	Nama, Tahun, Judul	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Juniwati, 2014, <i>Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude, and Intention to Shop Online.</i>	Variabel Independen : - <i>Perceived Usefulness</i> ( $X_1$ ) - <i>Ease of Use</i> ( $X_2$ )  Variabel Dependen : - <i>Risk on Attitude</i> ( $Y_1$ ) - <i>Intention to Shop Online</i> ( $Y_2$ )	Kuantitatif	Persepsi kegunaan, kemudahan, dan risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian secara simultan. Sedangkan secara parsial, persepsi kegunaan dan kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian, dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian.
2.	Oroh <i>et al</i> , 2015, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Kembali Tiket Elektronik Lion Air.	Variabel Independen : - Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ) - Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) - Kepercayaan ( $X_3$ )	Kuantitatif	Secara simultan kemudahan penggunaan, manfaat, dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian kembali. Sedangkan

		Variabel Dependen : - Niat Pembelian Kembali (Y)		secara parsial, pengaruh signifikan hanya ditunjukkan oleh variabel kepercayaan.
3.	Ariani dan Zulhawati,2017, Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan LINE Pay.	Variabel Independen : - Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> ) - Keamanan (X <sub>2</sub> ) - Risiko (X <sub>3</sub> )  Variabel Dependen : - Minat Penggunaan (Y)	Kuantitatif	Kualitas layanan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay. Sedangkan risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay.
4.	Dewi <i>et al</i> ,2017, Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestasi.	Variabel Independen : - Modal Investasi Awal (X <sub>1</sub> ) - Persepsi Risiko (X <sub>2</sub> )  Variabel Dependen : - Keputusan Berinvestasi (Y)	Kuantitatif	Persepsi atas risiko dan modal investasi minimal berpanguh terhadap minat berinvestasi di pasar modal baik secara parsial maupun simultan.
5.	Mazriri dan Chuchu, 2017, <i>The Conception of Consumer Perceived Risk towards Online Purchases of Apparel and an Idiosyncratic Scrutiny of Perceived Social Risk: A Review of Literature.</i>	- Penyediaan informasi yang bermanfaat - Persepsi Risiko - Proses pengambilan keputusan	Kualitatif	Penelitian tersebut menggarisbawahi bahwa pengecer pakaian dapat mengatasi tantangan resistensi konsumen karena risiko sosial yang dirasakan melalui penyediaan informasi yang bermanfaat dan relevan kepada para konsumen. Selain itu, memberikan informasi yang cukup kepada para konsumen mengenai suatu produk serta

				penggunaan merek-merek terkenal dapat meningkatkan proses pengambilan keputusan konsumen yang mengarah pada kegiatan pembelian.
6.	Fadlan dan Dewantara, 2018, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi pada Mahasiswa Pengguna <i>Mobile Banking</i> Universitas Brawijaya).	Variabel Independen : - Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ) - Persepsi Kegunaan ( $X_2$ )  Variabel Dependen : - Penggunaan <i>Mobile Banking</i> ( $Y$ )	Kuantitatif	Persepsi kemudahan maupun persepsi kegunaan, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .
7.	Jyantari dan Seminari, 2018, Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri <i>Mobile Banking</i> di Kota Denpasar.	Variabel Independen : - Kepercayaan ( $X_1$ ) - Persepsi Risiko ( $X_2$ )  Variabel Dependen : - Niat Penggunaan ( $Y$ )	Kuantitatif	Persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat penggunaan <i>Mandiri Mobile Banking</i> di Kota Denpasar. Sedangkan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Sehingga dalam upaya meningkatkan niat penggunaan <i>Mandiri Mobile Banking</i> di Kota Denpasar dapat meminimalisir persepsi risiko dan peningkatan kepercayaan.
8.	Romla dan Ratnawati, 2018, Keputusan	Variabel Independen :	Kuantitatif	Kemudahan, kualitas informasi, dan

	Pembelian <i>E-Commerce</i> Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan WEB.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan Penggunaan (<math>X_1</math>)</li> <li>- Kualitas Informasi (<math>X_2</math>)</li> <li>- Kualitas Interaksi Layanan WEB (<math>X_3</math>)</li> </ul> <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan (<math>Y_1</math>)</li> <li>- Keputusan Pembelian (<math>Y_2</math>)</li> </ul>		kualitas interaksi layanan Web memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Dan kemudian kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kemudahan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan Web.
9.	Wulandari, 2018, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan</li> <li>- Kenyamanan</li> <li>- Keamanan</li> <li>- Minat Penggunaan</li> </ul>	Kualitatif	Ketertarikan nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> adalah karena adanya kemudahan, kenyamanan, serta keamanan yang diberikan oleh layanan <i>mobile banking</i> .
10.	Prabowo dan Wiranto, 2019, Analisis Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian secara Online.	<p>Variabel Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan (<math>X_1</math>)</li> <li>- Kepercayaan (<math>X_2</math>)</li> </ul> <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Pembelian (<math>Y</math>)</li> </ul>	Kuantitatif	Terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan dari kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online.

Sumber: Olahan Peneliti, 2020.

## 2.2. Kajian Teoritis

### 2.2.1. Perbankan Syariah

#### 2.2.1.1. Definisi Perbankan Syariah

Bank syariah pada dasarnya terdiri dari dua kata, yakni bank dan syariah. Bank memiliki artian lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yakni pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Sedangkan secara singkat, syariah merupakan hukum atau peraturan yang ditetapkan Allah SWT untuk hamba-Nya sebagaimana difirmankan dalam Al-Quran dan diterangkan oleh Rasul dalam sunnahnya (Wirnyaningsih., 2005:3). Sehingga, bank syariah dapat didefinisikan sebagai suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yakni pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana dengan kegiatan operasional yang berlandaskan hukum Allah dan sunnah Rasul. Selain itu, disebutkan pula dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, bahwa bank syariah merupakan bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Sehingga segala bentuk kegiatan perbankan syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur riba, sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Imran ayat 130 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (QS: Al-Imran: 130).*

Prinsip syariah dalam perbankan menurut Ali (2008:2) diartikan sebagai aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai syariah, di antaranya adalah pembiayaan berdasar:

- a. *Mudharabah* atau prinsip bagi hasil, merupakan akad antara bank syariah sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan nasabah sebagai *mudharib* (pengelola) untuk melaksanakan kegiatan usaha, dimana bank syariah memberikan modal sebesar 100% dan nasabah yang bertugas menjalankan usahanya.
- b. *Musyarakah* atau penyertaan modal, adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak atau lebih dalam menjalankan usaha, di mana masing-masing pihak menyertakan modalnya sesuai dengan kesepakatan, dan bagi hasil atas usaha bersama diberikan sesuai kontribusi dana atau sesuai kesepakatan yang telah ditetapkan bersama.
- c. *Murabahah* atau yang secara singkat diartikan sebagai jual beli barang dengan perolehan keuntungan, merupakan akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu yang telah disepakati.
- d. *Ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau

upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Atau secara singkat diartikan sebagai pembiayaan barang modal berdasar prinsip sewa murni tanpa pilihan.

- e. *Ijarah wa iqtima* yang merupakan akad sewa menyewa yang disertai dengan opsi pemindahan hak milik atas benda yang disewa, kepada penyewa, setelah selesai masa sewa. Atau dengan kata lain adanya pilihan pemindahan kepemilikan atau barang yang disewakan dari pihak bank oleh pihak lainnya.

Selain itu, menurut Ali (2008), bank syariah merupakan sistem perbankan yang dalam pelaksanaan operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), serta ketidakpastian (*ghahar*). Dengan demikian, pada dasarnya bank syariah sama dengan bank konvensional. Hanya saja yang membedakan adalah pada bank syariah melakukan kegiatan usaha tidak berdasarkan bunga (*interest fee*), melainkan dengan pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing*).

#### **2.2.1.2. Ciri-ciri Bank Syariah**

Bank syariah sebagai perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan Al-Quran dan Al-Hadits memiliki ciri yang membedakannya dengan bank konvensional pada umumnya. Berbagai ciri tersebut adalah sebagai berikut (Sumitro, 2002:19-22):

- a. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad akan diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal yang besarnya (tidak rigid) atau bisa

berubah sesuai kesepakatan, karena dapat dilakukan dengan kebebasan adanya tawar menawar dalam batas yang wajar.

- b. Penggunaan persentase dalam hal pembayaran selalu dihindarkan, karena adanya persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
- c. Dalam kontrak pembiayaan, proyek bank syariah tidak ada perhitungan yang didasarkan pada keuntungan yang pasti (*fixed return*) yang ditetapkan di muka. Karena hal tersebut pada hakikatnya yang mengetahui terkait ruginya suatu proyek yang dibiayai hanyalah Allah semata.
- d. Perbankan syariah tidak menerapkan adanya jual beli atau sewa menyewa dari mata uang yang sama, dimana dalam transaksi tersebut dapat menghasilkan keuntungan.
- e. Adanya pos pendapatan berupa “Rekening pendapatan Non Halal” sebagai hasil transaksi dengan bank konvensional yang tentunya menerapkan sistem bunga.
- f. Bank syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ditugaskan dalam mengawasi setiap kegiatan operasional bank dari sudut syariahnya. Selain itu, baik manajer maupun pimpinan dalam bank syariah juga harus menguasai dasar *muammalah* Islam.
- g. Produk bank syariah selalu menggunakan sebutan yang berasal dari Bahasa Arab.

Dari ciri-ciri bank syariah, maka dapat diketahui bahwa bank syariah dibangun atas prinsip-prinsip syariah yang dapat dilihat berdasarkan beberapa hal, yaitu: beban biaya, maksudnya adalah beban biaya yang disepakati diantara para pihak untuk transaksi pembiayaan, atau disebut dengan istilah biaya administrasi. Dalam hal demikian dihindari penggunaan persentase karena berpotensi yang besar untuk melipat gandakan secara otomatis beban biaya dan pokok pinjaman karena sesuatu hal yang terlambat. Selain itu, tidak ada keuntungan yang pasti dalam bank syariah, karena dalam sistem *muamalah* Islam kontrak yang dilakukan baik dalam pembiayaan al-mudharabah maupun al-musyarakah yang pada hakikatnya merupakan sistem bagi hasil. Apabila di awal telah ditetapkan maka yang terjadi adalah penerapan bunga, sedangkan dalam bank syariah pelarangan adanya riba (bunga), oleh karena itu salah satu ciri bank syariah yaitu tidak adanya keuntungan yang pasti.

### **2.2.1.3. Karakteristik Bank Syariah**

Bank syariah merupakan bank yang berlandaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi, universal, serta melakukan kegiatan usaha perbankan dengan prinsip syariah. Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2012) kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga bank syariah memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Pelarangan riba dalam berbagai bentuk.
- b. Tidak adanya konsep nilai waktu dari uang, atau dalam artian waktu tidak akan mempengaruhi jumlah uang pembayaran yang telah ditetapkan dalam akad.
- c. Konsep uang hanyalah sebagai alat tukar, bukan sebagai komoditas.
- d. Tidak diperkenankan adanya kegiatan yang bersifat spekulatif.
- e. Tidak diperkenankan adanya penggunaan dua harga untuk satu barang.
- f. Tidak diperkenankan adanya dua transaksi dalam satu akad.

Konsep bagi hasil adalah dasar bank syariah beroperasi. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan Islam yang dipakai oleh bank konvensional.

Bank syariah tidak membedakan secara tegas antara sektor riil dan sektor moneter sehingga dalam kegiatan usahanya dapat melakukan transaksi-transaksi sektor riil, seperti jual beli dan sewa menyewa. Di samping itu, bank syariah juga dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

#### **2.2.1.4. Perbedaan *Internet Banking* Dengan *Mobile Banking***

*Internet Banking* atau *I-Banking* adalah salah satu bentuk pemanfaatan media internet oleh perbankan untuk mempromosikan produk, sekaligus memberikan layanan transaksi perbankan secara online

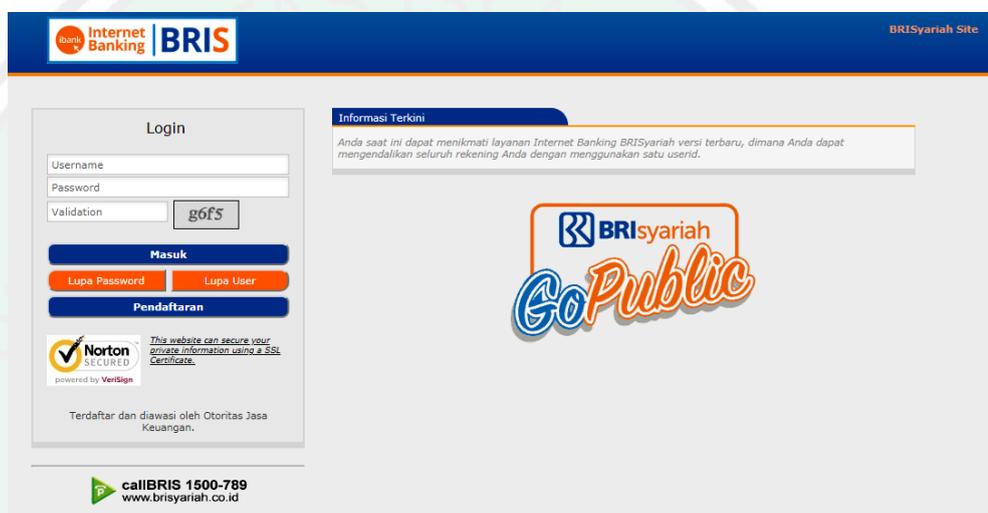
(terintegrasi dengan internet), baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru. *I-Banking* menurut Furst dalam Kusuma dan Susilowati (2007:127) diartikan sebagai penggunaan internet sebagai alat pengendali untuk jasa bank, termasuk jasa bank tradisional seperti membuka rekening deposito atau transaksi dana dari dan ke rekening lain, atau jasa bank baru seperti tagihan elektronik, pembayaran, dan lain sebagainya yang memperkenalkan konsumen untuk menerima dan membayar tagihan melalui situs bank. Melalui adanya *i-Banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara konvensional (dengan mendatangi perbankan secara langsung), kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank. Penggunaan waktu dan biaya akan ditekan dengan adanya *i-Banking*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *i-Banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh perbankan dalam upaya mempromosikan sekaligus memberikan pelayanan transaksi secara *online* (terintegrasi dengan internet), baik untuk produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru. Selain itu, Munthe (2014:9) juga menyebutkan, bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi tujuan dari perbankan untuk memperluas layanan jasanya melalui internet banking. Tujuan-tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Produk-produk yang lebih kompleks dari perbankan dapat ditawarkan pada nasabah dalam kualitas yang sama dengan biaya yang lebih murah dan adanya potensi nasabah yang lebih besar.

- b. Hubungan perbankan dengan nasabah dapat dilakukan kapanpun dan di manapun.
- c. Akses yang mudah dan cepat serta pelaksanaan transaksi perbankan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, sehingga mempermudah serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas bagi para pebisnis.

Berikut adalah gambaran dari bentuk *internet banking* bank syariah:



Dan berikut adalah gambaran dari bentuk *internet banking* bank konvensional :



Sedangkan *Mobile Banking (M-Banking)* merupakan sebuah fasilitas layanan aplikasi yang dibuat oleh pihak bank, dan hanya bisa digunakan dengan via ponsel atau (smartphone) guna untuk mempermudah nasabahnya dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan adanya *m-Banking*, maka semua transaksi akan menjadi semakin mudah. Menurut Mubiyantoro dan Syaefullah (2013:2) *Mobile 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 sms (pesan singkat) pada handphone. Dengan adanya handphone dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan mobile banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain.

Habibi dan Zaky (2015:3) juga menyebutkan bahwa *mobile banking* memberikan manfaat baik kepada pihak perbankan maupun nasabah. Diantaranya bagi pihak bank adalah *business expansion, customer loyalty, revenue and cost improvement, competitive advantage, new business model serta fee base income*. Selain itu, manfaat bagi para nasabah diantaranya memberikan kemudahan dan kecepatan, transaksi dimana saja dan kapan

saja dapat dilakukan hemat biaya dan waktu, transaksi yang dapat dilakukan seperti cek saldo, transfer, pembayaran, dan pembelian tanpa pergi keluar rumah ataupun datang kebank cukup dengan mengakses *smartphone*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya tanpa harus mendatangi kantor bank.

#### **2.2.1.5. Internet Banking Dalam Islam**

Kebutuhan suatu sistem yang sehat dengan prinsip yang berlandaskan syariah merupakan impian dari masyarakat muslim di seluruh dunia. Adanya perkembangan perbankan syariah juga harus diiringi dengan adanya sistem teknologi informasi yang sesuai dengan syariah. Dukungan Islam terhadap kemajuan ilmu pengetahuan serta teknologi dan komunikasi sangat diyakini adanya. Hal tersebut terbukti dari sejarah ulama-ulama muslim terkemuka pada abad ke-9 dan ke-10 yang menjadi pelopor perkembangan teknologi.

Bahkan, keberadaan teknologi sebagai upaya mempermudah segala urusan manusia telah difirmankan Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 185 dan Al-Quran Surat Al-A'la ayat 8 yang berbunyi:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu... (Al-Baqarah :185).

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

Artinya: Dan Kami akan memberi kamu taufik ke jalan yang mudah (Al-A'la : 8).

Dari ayat tersebut dapat diketahui bahwa bank syariah hadir dalam upaya mempermudah kehidupan manusia melalui berbagai produk dan jasa yang ditawarkan, termasuk penggunaan *i-Banking* yang sesuai syariah.

## **2.2.2. Minat Bertransaksi**

### **2.2.2.1. Konsep Minat Bertransaksi**

Minat tidaklah selalu statis, melainkan dapat berubah seiring berjalannya waktu (Jogiyanto, 2007:116). Marimba (1990:95) menyatakan bahwa minat merupakan kecenderungan jiwa terhadap suatu hal, karena adanya perasaan kepentingan dengan sesuatu itu. Hal tersebut senada dengan pernyataan menurut Crow dan Crow dalam Lestari (2018:14) bahwa minat atau *interest* dapat berhubungan dengan adanya daya gerak yang mendorong kecenderungan atau ketertarikan seseorang pada sesuatu maupun kegiatan. Dengan kata lain, minat yang timbul pada diri seseorang dapat menjadi penyebab dari keputusan yang diambil atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang.

Charles dalam Widodo (2007:73) menjelaskan bahwa pada mulanya sebelum terlibat dalam suatu aktivitas, seseorang memiliki perhatian

terhadap suatu objek atau situasi tertentu. Perhatian tersebut, kemudian akan menimbulkan keinginan untuk terlibat di dalam suatu aktivitas. Misalnya adalah perhatian seseorang atas maraknya penggunaan aplikasi pembayaran tertentu, kemudian akan menimbulkan keterlibatannya dalam upaya pencarian berbagai informasi, yang pada akhirnya akan mengarahkannya pada minat penggunaan atau minat untuk tidak menggunakan. Dengan demikian, proses terjadinya minat kemudian disimpulkan oleh Widodo (2007:73) dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1. Proses Terbentuknya Minat

Sumber: Widodo (2007:73)

Sedangkan transaksi, menurut Zulkifli (2003:10) diartikan sebagai kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan sedikitnya dua pihak yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, atau kegiatan pinjam meminjam. Sehingga, minat bertransaksi dapat disimpulkan sebagai kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus, yang diikuti pula dengan rasa senang untuk melakukan kegiatan ekonomi termasuk proses pinjam meminjam maupun jual beli, dan lain sebagainya.

#### 2.2.2.2. Faktor Pembentuk Minat Bertransaksi

Menurut Sudarsono dalam Samadi (2012), terdapat beberapa faktor yang menjadi pemicu timbulnya suatu minat pada diri seseorang. Faktor tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a. Faktor kebutuhan dari alam, merupakan kebutuhan alami manusia yang tidak dapat dihindari. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani, misalnya kebutuhan untuk makan.
- b. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari diri seseorang juga dapat dipicu oleh adanya kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan atau penghargaan dari lingkungan di sekitarnya.
- c. Faktor motif emosional. Faktor motif emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Dengan demikian, dalam penelitian ini faktor minat tergolong dalam kategori ketiga, yaitu faktor emosional. Hal ini dikarenakan penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian pada suatu objek maupun kegiatan tertentu. Kegiatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*, dan objek yang dimaksud adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

### 2.2.2.3. Indikator Pengukuran Minat Bertransaksi

Menurut Bhattacharjee dalam Jogiyanto (2007:119), terdapat beberapa konstruk yang dapat digunakan untuk mengukur minat, yakni sebagai berikut:

- a. Ingin menggunakan dimasa depan (*Intend to continue using in the future*).
- b. Akan terus menggunakan dimasa depan (*Continue using in the future*).
- c. Secara keseluruhan akan terus menggunakan dimasa depan (*Regular use in the future*).

### 2.2.3. Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) yang dirancang khusus untuk pemodelan penerimaan atas sistem informasi dan teknologi merupakan adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA), oleh Icek Ajzen dan Martin Fishben, yang merupakan teori tindakan yang berlandaskan pada satu premis bahwa reaksi dan persepsi dari seseorang terhadap suatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut (Fadlan dan Dewantara, 2018:85). Konsep TAM dikembangkan oleh Davis pada 1989, di mana pada teori tersebut ditawarkan landasan untuk mempelajari serta memahami perilaku pemakai dalam menggunakan suatu teknologi atau sistem dan merupakan penyempurnaan keterbatasan dalam model TRA.

Apabila model TRA adalah digunakan sebagai penunjuk atas perilaku seseorang secara umum, maka TAM dimaksudkan sebagai

penunjuk terkait perilaku dalam menggunakan teknologi. Reaksi serta persepsi seseorang atas suatu teknologi atau sistem, akan mempengaruhi perilakunya dalam penerimaan teknologi atau sistem tersebut. TAM menurut Davis dalam Fadlan dan Dewantara (2018:85) memiliki beberapa konstruk yang menjelaskan tingkatan penerimaan pengguna teknologi informasi (*information technology acceptance*). Beberapa konstruk tersebut adalah sebagai berikut:

a. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use/PEOU*)

Menurut Davis dalam Fadlan dan Dewantara (2018:85), persepsi kemudahan didefinisikan sebagai suatu ukuran di mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami serta digunakan. Davis dalam Fadlan dan Dewantara (2018:85) juga menambahkan, bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan, yakni mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan.

b. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

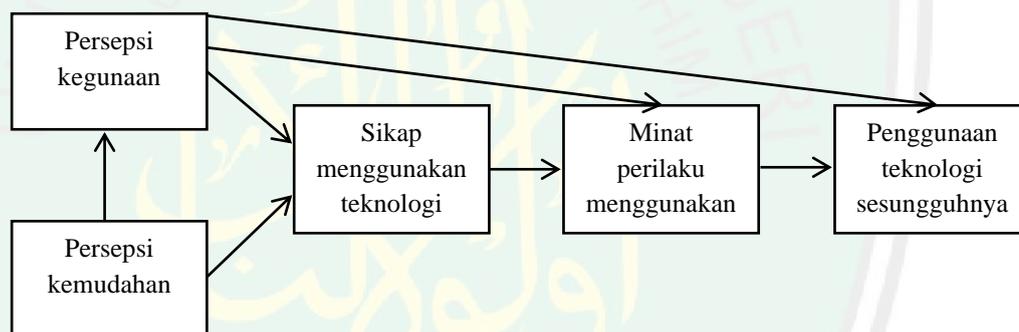
Persepsi kegunaan menurut Davis dalam Fadlan dan Dewantara (2018:85) diartikan sebagai ukuran di mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan memberikan manfaat atau dampak positif bagi penggunanya. Davis dalam Fadlan dan Dewantara (2018:85) mengkonsepsikan bahwa persepsi kegunaan dapat diukur melalui beberapa indikator di antaranya adalah meningkatkan kinerja pekerjaan,

menjadikan pekerjaan lebih mudah, serta secara keseluruhan teknologi atau sistem yang digunakan dirasakan bermanfaat.

c. Sikap Menggunakan Teknologi (*Attitude toward Using*)

Sikap menggunakan teknologi dapat diartikan sebagai perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang terhadap penggunaan sistem atau teknologi, yang dapat berbentuk penolakan atau penerimaan sebagai dampak apabila seseorang menggunakan teknologi atau sistem dalam pekerjaannya (Davis dalam Fadlan dan Dewantara, 2018:85).

Secara spesifik, model TAM digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2. Perilaku sebagai Penggunaan Teknologi dalam Model TAM

Sumber: Davis dalam Jogiyanto (2007:113)

Penjelasan dari model TAM oleh Davis dalam Jogiyanto (2007:113):

- a. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah sikap dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan performa atau kinerjanya.
- b. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah keadaan dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi tidak diperlukan adanya usaha.

- c. Sikap terhadap menggunakan (*attitude towards using*) adalah sikap dimana seseorang terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penolakan ataupun penerimaan dalam menggunakan teknologi.
- d. Minat perilaku menggunakan (*behavioral intention to use*) adalah niat perilaku pengguna untuk menggunakan teknologi, sehingga menjadi kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan teknologi tersebut.
- e. Penggunaan teknologi yang sesungguhnya (*actual technology use*) adalah keadaan dimana seseorang menggunakan teknologi.

#### 2.2.4. Persepsi Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi maupun suatu sistem merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dalam penggunaannya. Konseks kemudahan telah difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Insyirah ayat 5-6 sebagai berikut:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

Artinya: *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah : 5-6).*

Dari ayat tersebut dapat dikatakan bahwa Allah SWT telah menjanjikan bahwa setiap kesulitan pasti akan diberikan kemudahan. Dengan demikian persepsi kemudahan juga merupakan bagian yang ada

pada setiap muslim dalam konteks kehidupan sehari-hari. Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* merupakan ukuran sejauhmana kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007:116). Davis *et al.* dalam Lestari (2018) juga memberikan definisi terkait persepsi kemudahan, bahwa persepsi kemudahan dianggap sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana pengguna (*user*) mempercayai teknologi atau sistem informasi dapat digunakan dengan mudah atau bebas dari adanya masalah.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan, dapat diketahui bahwa konstruk persepsi kemudahan adalah terdapatnya suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan, dimana apabila seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem informasi atau teknologi mudah digunakan, maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem informasi atau teknologi tersebut tidak mudah digunakan, maka sistem informasi atau teknologi tersebut tidak akan digunakan.

Davis dan Vekantesh (2000:201) membagi persepsi kemudahan dalam beberapa dimensi sebagai berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem atau teknologi adalah jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk melakukan interaksi dengan sistem atau teknologi tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
- c. Sistem atau teknologi mudah digunakan (*ease of use*).

- d. Mudah dalam pengoperasian sistem atau teknologi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user wants to do*).

Selain itu, Davis dalam Jogiyanto (2007:117) juga menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan dapat dibentuk oleh konstruk yang terdiri dari enam hal sebagai berikut:

- a. Mudah dipelajari (*Easy of Learn*).
- b. Mudah dikontrol (*Controllable*).
- c. Jelas dan mudah dimengerti (*Clear and Understandable*).
- d. Fleksibel (*Flexible*).
- e. Mudah untuk menggunakannya dengan ahli (*Easy to Become Skillful*).
- f. Mudah digunakan (*Easy to Use*).

#### 2.2.5. Persepsi Risiko

Islam sangat mengharapkan umatnya untuk selalu mengantisipasi risiko dan menganjurkan adanya pelaksanaan rencana sehingga kegiatan di masa mendatang dapat berjalan dengan lancar. Sebagaimana telah difirmankan Allah dalam Al-Quran Surat Al-Hasyr ayat 18 yakni sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah*

*diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Teliti terhadap apa apa yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Hasyr :18).*

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa sudah sepatutnya seorang muslim memeriksa amal yang telah diperbuatnya. Demikian pula dalam pelaksanaan kehidupan sehari-hari sebagai upaya pemenuhan kebutuhan duniawi, seorang muslim juga harus mengantisipasi adanya segala kemungkinan termasuk risiko yang akan menimpa. Hal tersebut ditujukan sebagai upaya mengurangi kerugian yang lebih parah. Sehingga persepsi risiko juga perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan kegiatan seorang muslim.

Risiko yang dipersepsikan menurut menurut Suryani (2008:115) diartikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat keputusan yang dilakukan. Persepsi risiko atau *perceived of risk* merupakan salah satu faktor yang menjadi penguat atau penghambat seseorang dalam menentukan keputusan penggunaan suatu sistem atau teknologi (Pratiwi, 2012). Risiko muncul karena adanya anggapan atas kejadian yang bersifat merugikan atau negatif (Hanafi, 2009:2). Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Samadi *et al.* dalam Jayantari dan Seminari (2018:2624) bahwa persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen yang dapat muncul akibat banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastikan.

Selain itu, Cho dan Lee dalam Azizah (2016:38) juga menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan penilaian seseorang pada sesuatu yang

berisiko, di mana penilaian tersebut tergantung pada karakteristik psikologis dan keadaan orang tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan persepsi seseorang mengenai adanya ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang bisa saja terjadi atau diterimanya atas suatu tindakan ekonomi yang tidak dapat diramalkan dampaknya.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Ariani dan Zulhawati (2017:461), persepsi risiko memiliki lima dimensi yang menjadi konstruk.

Dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Risiko psikologi (*Psychological risk*), yaitu merupakan anggapan munculnya perasaan, emosi, atau ego tidak nyaman yang akan dirasakan oleh konsumen setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk, dalam penelitian ini adalah teknologi *i-Banking*.
- b. Risiko keuangan (*Financial risk*), yakni anggapan munculnya kesulitan keuangan yang akan dihadapi konsumen setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk, dalam penelitian ini adalah teknologi *i-Banking*.
- c. Risiko kinerja (*Functional risk*), yakni anggapan bahwa produk akan tidak berfungsi sebagaimana seperti harapan konsumen.
- d. Risiko fisik (*Physical risk*), yaitu anggapan munculnya dampak negatif terhadap fisik yang akan dirasakan konsumen setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk, dalam penelitian ini adalah teknologi *i-Banking*.

- e. Risiko sosial (*Social risk*), yaitu persepsi konsumen mengenai pendapat buruk yang akan didapatkannya dari orang-orang di sekitar setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk, dalam penelitian ini adalah teknologi *i-Banking*.

Dijelaskan pula menurut Pavlou dalam Jogiyanto (2007:122) bahwa dalam pengukuran persepsi risiko dapat digunakan beberapa konstruk sebagai berikut:

- a. Adanya kemungkinan risiko pencurian akibat penggunaan suatu sistem atau teknologi.
- b. Adanya kemungkinan pengeluaran biaya yang tinggi dalam penggunaan suatu sistem atau teknologi.
- c. Adanya kemungkinan risiko penipuan melalui penggunaan suatu sistem atau teknologi.

Apabila TAM menjelaskan terkait konstruk Kemudahan, Kegunaan, dan Sikap terhadap perilaku, maka persepsi risiko dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behaviour* (TPB). TPB merupakan teori yang dikembangkan oleh Ick Ajzen pada Tahun 1988 yang menjadi pengembangan dari TRA (Jogiyanto, 2007:121). TPB dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa kepercayaan dan risiko mempengaruhi minat atau keinginan untuk menggunakan teknologi. TPB juga merupakan salah satu teori selain TAM yang banyak digunakan untuk menjelaskan terkait penggunaan teknologi informasi. Salah satu kelebihan dari TPB adalah kemampuannya dalam menganalisis suatu situasi di mana individu-individu

tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap perilakunya (Jogiyanto, 2007:121).

## **2.2.6. Hubungan Antar Variabel**

### **2.2.6.1. Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dengan Minat**

Transaksi Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan sejauhmana seseorang percaya bahwa suatu sistem atau teknologi mudah dipahami dan digunakan. Persepsi kemudahan dalam model TAM menurut Ahmad (2014) erat kaitannya dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi atau suatu sistem tersebut. Sikap pada penggunaan merupakan perasaan suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu teknologi atau sistem. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu teknologi atau sistem dapat digunakan dalam memprediksi perilaku serta niat seseorang untuk menggunakan atau tidak suatu teknologi atau sistem (Ahmad, 2014).

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang diungkap oleh Fadlan dan Dewantara (2018) bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya. Hasil penelitian serupa juga ditunjukkan oleh Wulandari (2018) bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri adalah karena faktor kemudahan. Berbagai teori dan hasil penelitian tersebut kemudian disimpulkan bahwa semakin tinggi adanya kemudahan yang dipersepsikan

oleh responden, maka akan semakin tinggi pula minat bertransaksi melalui *I-Banking*. Sebaliknya, semakin rendah adanya kemudahan yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah pula minat bertransaksi melalui *I-Banking*.

#### **2.2.6.2. Hubungan Antara Persepsi Risiko dengan Minat**

Transaksi persepsi risiko merupakan faktor yang berpengaruh dalam pembentukan niat atau minat seseorang untuk menggunakan suatu produk barang atau jasa, termasuk sistem dan teknologi. Samadi et al. dalam Jayantari dan Seminari (2018) menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen yang dapat muncul akibat banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastikan. Dengan demikian, adanya persepsi risiko kemudian bisa menimbulkan dampak negatif (penghambat) terhadap niat penggunaan maupun pembelian suatu produk oleh konsumen (Kim et al., 2008).

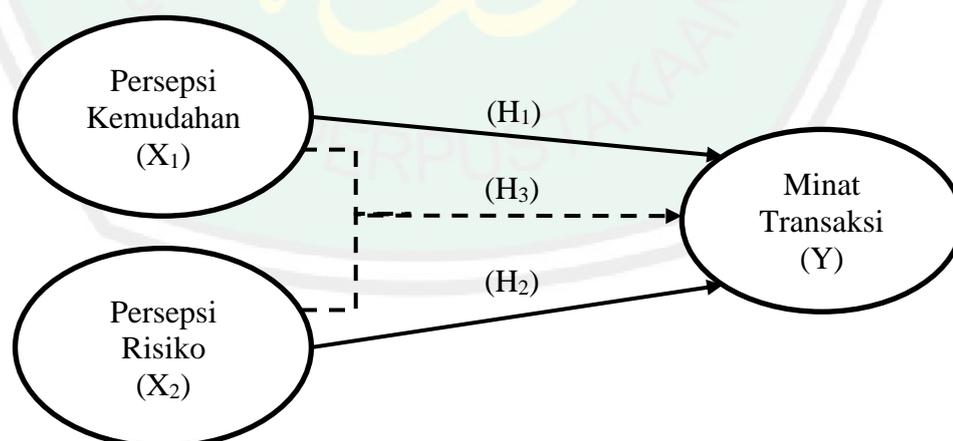
Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Jayantari dan Seminari (2018) bahwa pada masyarakat di Kota Denpasar, persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan Mandiri *Mobile Banking*. Hasil serupa juga dinyatakan oleh Wulandari (2018) bahwa keamanan merupakan salah satu faktor kunci dalam pertimbangan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Selain itu, pada penelitian Ariani dan Zulkhawati (2017) juga didapati bahwa risiko

memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay.

Berbagai teori dan hasil penelitian tersebut kemudian disimpulkan bahwa semakin tinggi adanya risiko yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah minat bertransaksi melalui *I-Banking*. Sebaliknya, semakin rendah adanya risiko yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin tinggi minat bertransaksi melalui *I-Banking*.

### 2.3. Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini menggunakan persepsi kemudahan yang diambil dari salah satu konstruk TAM, dan persepsi risiko dari konstruk TBP. Mengacu pada berbagai teori yang telah dijabarkan serta masalah yang akan dibahas, maka kerangka konseptual yang ditetapkan pada penelitian ini digambarkan dalam model konsep sebagai berikut:



Gambar 2.3. Kerangka Konseptual

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Keterangan:

—————▶ = Hubungan Parsial

-----▶ = Hubungan Simultan

Dari gambar 2.3. tersebut peneliti berasumsi bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh dalam membentuk minat transaksi dengan *I-Banking* Bank Syariah. Hal ini didasarkan atas pendapat Ahmad (2014) bahwa persepsi kemudahan dalam model TAM erat kaitannya dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi atau suatu sistem tersebut. Selain persepsi kemudahan, faktor lain yang memiliki hubungan erat terhadap minat transaksi seseorang dengan menggunakan *I-Banking* perbankan syariah adalah persepsi risiko. Samadi *et al.* dalam Jayantari dan Seminari (2018) menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen yang dapat muncul akibat banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastikan. Dengan demikian, adanya persepsi risiko kemudian bisa menimbulkan dampak negatif (penghambat) terhadap niat penggunaan maupun pembelian suatu produk oleh konsumen, termasuk produk *I-Banking* yang ditawarkan oleh perbankan syariah (Kim *et al.*, 2008). Sehingga, baik persepsi kemudahan maupun persepsi risiko, secara parsial dan secara simultan akan menyebabkan kenaikan ataupun penurunan minat seseorang dalam melakukan transaksi menggunakan *I-Banking* pada perbankan syariah.

## 2.4. Hipotesis

Arikunto (2006) berpendapat bahwa hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian (praduga), sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan dilakukan analisis.

Berdasarkan pokok masalah yang telah dirumuskan, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan Fadlan dan Dewantara (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya. Hasil penelitian serupa juga ditunjukkan oleh Wulandari (2018) bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri adalah karena faktor kemudahan. Hal tersebut didukung oleh teori Davis dalam Jogiyanto (2007:117) terkait adanya pengaruh persepsi kemudahan yang menimbulkan minat penggunaan atau transaksi. Berbagai teori dan hasil penelitian tersebut kemudian disimpulkan bahwa semakin tinggi adanya kemudahan yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin tinggi pula minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Sebaliknya, semakin rendah adanya kemudahan yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah pula minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Dengan kata lain maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>1</sub> : Persepsi kemudahan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat transaksi dengan *i-Banking*.**

Penelitian yang dilakukan Jayantari dan Seminari (2018) menyatakan bahwa pada masyarakat di Kota Denpasar, persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Mandiri Mobile Banking*. Hasil serupa juga dinyatakan oleh Wulandari (2018) bahwa keamanan merupakan salah satu faktor kunci dalam pertimbangan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Selain itu, pada penelitian Ariani dan Zulhawati (2017) juga didapati bahwa risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay. Hal tersebut didukung oleh teori Bhattacharjee dalam Jogiyanto (2007:119) terkait adanya pengaruh persepsi kemudahan yang menimbulkan minat penggunaan atau transaksi. Berbagai teori dan hasil penelitian tersebut kemudian disimpulkan bahwa semakin tinggi adanya risiko yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah minat bertransaksi melalui *i-Banking*, dengan kata lain maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>2</sub> : Persepsi risiko secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat transaksi dengan *i-Banking*.**

Mengacu pada paparan terkait hipotesis pertama dan kedua yang diajukan, maka hipotesis selanjutnya yang diajukan adalah:

**H<sub>3</sub> : Persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat transaksi dengan *i-Banking*.**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berbagai metode dapat digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian. Penentuan metode penelitian dianggap sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk membahas tentang pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah Bank Syariah. Dengan demikian, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh suatu variabel dengan variabel lain (Bungin, 2008:38-39). Jenis penelitian tersebut dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yakni untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* serta melakukan generalisasi terhadap populasi menggunakan sampel yang telah ditentukan.

Data yang digunakan dan hasil yang diungkap dalam penelitian ini berbentuk angka, serta terdapat pengujian dan analisis statistik untuk menghasilkan informasi, sehingga pendekatan yang tepat digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat

kausalitas atau sebab-akibat, data penelitian pada umumnya berupa angka-angka, dan analisi yang digunakan adalah statistik yang konkrit atau empiris, objektif, rasional, terukur, dan sistematis untuk mengukur kebenaran generalisasi prediktif suatu teori (Sugiyono, 2016:8).

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang digunakan peneliti untuk dapat mengungkap keadaan yang sebenarnya dari objek yang sedang diteliti, sehingga data-data yang diperlukan dalam penelitian merupakan data yang valid dan akurat. Dalam penelitian ini, penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu universitas negeri yang berada di wilayah Kota Malang. Banyaknya mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berasal dari luar wilayah Kota Malang merupakan salah satu faktor yang menjadikan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai pangsa pasar dari berbagai produk perbankan, termasuk *i-Banking* dari bank syariah. Sehingga mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang juga dapat digunakan sebagai populasi penelitian dalam upaya mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat transaksi menggunakan *i-Banking* Bank Syariah.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya untuk mendapatkan suatu informasi. Sehingga dalam suatu penelitian, populasi bukan hanya orang, melainkan juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan sekadar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah Bank Syariah. Jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini adalah tidak diketahui, sehingga data yang digunakan peneliti merupakan populasi tak terhingga (*infinite population*).

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:81). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel harus benar-benar menunjukkan keterwakilan yang diambil dari populasi dengan kata lain, semua objek yang diambil untuk dijadikan sampel harus terdapat pada cakupan keseluruhan populasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus penentuan yang dikemukakan oleh Hasan (2008:82). Alasan peneliti menggunakan perhitungan sampel tersebut karena jumlah populasi tidak diketahui.

Untuk menentukan besarnya sampel, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan besar kesalahan duga (E) yang ditolerir. Jika menghendaki E sebesar 0 (nol), maka sampel sebesar populasi ( $n=N$ ), karena E merupakan ukuran tingkat ketelitian.
- b. Menentukan besarnya tingkat keyakinan ( $1-\alpha$ ) yang akan digunakan untuk menjamin pernyataan dari pendugaan yang dihasilkan.

Berikut adalah rumus penentuan ukuran sampel pendugaan atau hipotesis proporsi (Hasan, 2008):

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

Interval keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97% karena penelitian ini merupakan penelitian dalam bidang sosial dan humaniora yang memiliki kecenderungan interval keyakinan antara 95%-99% (sambas.staf.upi.edu, 2013). Pemilihan angka interval keyakinan tersebut didasarkan pada asumsi peneliti bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan, maka hasil yang didapatkan dalam penelitian akan lebih baik. Namun peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu sehingga peneliti mengambil nilai tengahnya yaitu 97%. Sedangkan kesalahan duga (E) yang ditolelir tidak lebih dari 10%.

$$E = 10\% = 0,1$$

$$\text{Interval Keyakinan} = 1 - \alpha = 97\%$$

$$\alpha = 3\% = 0,03$$

$$Z_{\alpha/2} = Z_{0,015} = 2,17$$

Untuk menentukan titik kritis, atau  $Z_{\alpha/2} = 2,17$  disini, tingkat kepercayaannya adalah 97% dikonversikan persentase desimal menjadi 0,97, kemudian dibagi dua untuk mendapatkan angka 0,485. Selanjutnya, memeriksa tabel Z untuk mencari nilai yang mendekati 0,485. Kemudian, ditemukan nilai terdekat adalah perpotongan baris 2,1 dan kolom 0,07. Sehingga nilai dari  $Z_{0,015}$  adalah 2,17.

Berikut merupakan rumus penghitungan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan rumus yang dicetuskan oleh (Hasan, 2008).

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{2,17}{0,1} \right)^2$$

$$n = \frac{1}{4} (21,7)^2$$

$$n = \frac{1}{4} (470,89)$$

$$n = 117,7225$$

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui sampel minimal yang harus diambil adalah sebanyak 117,7225 responden yang kemudian dibulatkan ke atas menjadi 118 responden.

#### 3.4. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengambilan sampel digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam teknik pengambilan sampel terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Pada dasarnya, teknik

pengambilan sampel dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam *nonprobability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah metode penentuan sampel untuk pengumpulan informasi atau data yang ditetapkan terlebih dahulu kriteria-kriterianya untuk menjadi batasan sampel yang dapat digunakan (Nawawi, 2012:167). Adapun kriteria sampel yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- b. Berstatus sebagai mahasiswa aktif pada Tahun 2020.
- c. Merupakan nasabah pada perbankan syariah.
- d. Menggunakan *internet banking*.

### 3.5. Data Dan Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau pihak yang berkepentingan, biasanya diperoleh melalui perhitungan atau pengukuran secara langsung dengan melakukan wawancara atau kuesioner (Thoifah, 2015:37). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah perbankan syariah.

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini yaitu didapat melalui studi literatur dan dokumentasi. Studi literatur merupakan pengumpulan data melalui teori dan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, didapat melalui buku serta sumber lain seperti internet. Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan catatan yang sudah ada. Penggunaan dokumen dengan cara pencatatan dokumen ditujukan untuk mendukung data dalam penelitian.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode survei *online* dalam pengumpulan data dari responden. Metode survei menurut Sugiyono (2016:6) merupakan sebuah teknik dalam penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi yang akan diteliti, agar nantinya menemukan kejadian yang relatif dan ditemukannya hubungan antar variabel. Peneliti secara sengaja melakukan survei kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah perbankan syariah sebanyak jumlah yang telah ditentukan sebelumnya. pelaksanaan survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* atau dengan bantuan kuesioner.

### **3.7. Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2016:38), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y).

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Darmawan, 2013:109). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ) dan Persepsi Risiko ( $X_2$ ).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Darmawan, 2013:109). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Transaksi (Y).

Menurut Sugiyono (2016:53) definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi

menggunakan *i-Banking* perbankan Syariah pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Kota Malang. Dalam penelitian ini dilibatkan dua variabel bebas yang meliputi Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ) dan Persepsi Risiko ( $X_2$ ) serta variabel terikat berupa Minat Transaksi ( $Y$ ). Variabel Persepsi Kemudahan ( $X_1$ ) memiliki konstruk jelas dan mudah dimengerti, tidak membutuhkan banyak usaha, sistem mudah digunakan, serta sistem mudah dioperasikan sesuai keinginan pengguna. Variabel Persepsi Risiko ( $X_2$ ) dikonstruksi dalam kemungkinan risiko pencurian, dibutuhkannya biaya yang besar, serta terdapatnya risiko penipuan. Sedangkan variabel Minat Transaksi ( $Y$ ) dikonstruksi dalam keinginan menggunakan, selalu mencoba menggunakan, serta secara keseluruhan akan tetap menggunakan di masa depan.

Adapun dimensi-dimensi tersebut kemudian dijabarkan dalam beberapa item pernyataan di dalam kuesioner untuk mempermudah pengukuran variabel penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1.**  
**Definisi Operasional Variabel**

Konsep	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Konstruk kemudahan penggunaan oleh Davis dalam Jogiyanto (2007:117)	Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	X <sub>1.1</sub> . Jelas dan mudah dimengerti	Tidak mengalami kebingungan saat menggunakan <i>i-Banking</i> .
			Tampilan <i>i-Banking</i> mudah untuk dibaca sehingga saya mudah untuk memahaminya.
			Interaksi dengan <i>i-Banking</i> mudah dipahami.
		X <sub>1.2</sub> . Tidak membutuhkan banyak usaha	<i>i-Banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan.
			Tidak membutuhkan usaha yang keras untuk dapat

			berinteraksi dengan <i>i-Banking</i> .
			Tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan <i>i-Banking</i> .
		X <sub>1.3</sub> . Sistem mudah digunakan	Cepat untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan <i>i-Banking</i> .
			Cepat menggunakan <i>i-Banking</i> secara terampil.
			<i>i-Banking</i> merupakan suatu sistem yang tidak rumit.
		X <sub>1.4</sub> . Sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna	<i>i-Banking</i> dapat digunakan dan dioperasikan sesuai dengan kebutuhan.
			Secara keseluruhan, <i>i-Banking</i> mudah untuk digunakan.
Konstruk persepsi risiko oleh Pavlou dalam Jogiyanto (2007:122)	Persepsi Risiko (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub> . Kemungkinan risiko pencurian melalui <i>i-Banking</i>	Menggunakan <i>i-Banking</i> akan menghilangkan data pribadi.
			Bertransaksi menggunakan <i>i-Banking</i> rawan pencurian nomor PIN.
			Menggunakan <i>i-Banking</i> rawan terjadi pencurian uang.
			Penggunaan <i>i-Banking</i> rawan adanya pencurian data.
		X <sub>2.2</sub> . Dibutuhkannya biaya yang besar	Pengoperasian <i>i-Banking</i> membutuhkan biaya yang besar.
			Melakukan transaksi melalui <i>i-Banking</i> terdapat biaya tambahan dibandingkan dengan metode transaksi lain.
		X <sub>2.3</sub> . Terdapatnya risiko penipuan	Bertransaksi menggunakan <i>i-Banking</i> rawan penipuan.
			Rahasia pribadi (PIN) <i>i-Banking</i> mudah di curi ataupun di bajak orang.
			Kode pengenalan (User ID) <i>i-Banking</i> rawan pembobolan dan penipuan

Konstruk minat penggunaan oleh Bhattacherjee dalam Jogiyanto (2007:119)	Minat Transaksi (Y)	Y.1. Keinginan menggunakan	Memiliki keinginan untuk menggunakan layanan <i>i-Banking</i> saat akan melakukan transaksi.
			Secara umum, berminat menggunakan layanan <i>i-Banking</i> untuk menunjang kelancaran transaksi.
			Lebih tertarik menggunakan layanan <i>i-Banking</i> dari pada metode pembayaran lain.
		Y.2. Selalu mencoba menggunakan	Mencoba menggunakan layanan <i>i-Banking</i> untuk melakukan transaksi.
		Y.3. Secara keseluruhan akan tetap menggunakan di masa depan	Berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan <i>i-Banking</i> dalam kegiatan transaksi.
			Secara keseluruhan akan menggunakan layanan <i>i-Banking</i> kapan saja dan dimana saja saat melakukan transaksi.

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

### 3.8.1. Skala Pengukuran

Skala pengukuran (*measurement scale*) didefinisikan sebagai suatu alat yang digunakan untuk memberikan angka terhadap objek atau kejadian empiris. Sugiyono (2016:93) mengatakan bahwa skala Likert digunakan untuk sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai objek, perilaku, orang atau kejadian. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah likert dengan skala empat sehingga responden diaksa untuk memilih salah satu kutub setuju atau tidak setuju, bukan netral. Dihilangkannya kategori netral adalah karena kategori tersebut memiliki arti ganda atau dianggap belum

memutuskan jawaban. Selain itu, adanya kategori netral dianggap menimbulkan kecenderungan untuk menjawab ke tengah, sehingga dihilangkannya kategori netral akan menjadikan responden tetap memilih satu tendensi secara pasti. Kriteria dan skor untuk pengukuran jawaban responden dalam skala Likert yang digunakan di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2.**  
**Keterangan Jawaban Skala Likert**

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

### 3.8. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan data yang ada. Menurut Kusuma dalam Sugiyono (2016:147), statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Fungsi dari analisis deskriptif adalah mengelompokkan data berdasarkan kriteria masing-masing. Analisis deskriptif dalam penelitian ini berisikan distribusi dari masing-masing variabel. Data yang ada dikelompokkan dan diedit untuk kemudian ditabulasikan ke dalam tabel. Setelah itu dilakukan pembahasan secara deskriptif.

Besarnya mean dari skor yang dihasilkan skala likert dapat dikategorikan sebagai berikut:

**Tabel 3.3.**  
**Kategori Mean**

No.	Interval Kelas	Kategori
1	1,00 < Nilai Mean < 1,75	Sangat Tidak Setuju / Sangat Rendah
2	1,76 < Nilai Mean < 2,50	Tidak Setuju / Rendah
3	2,51 < Nilai Mean < 3,25	Setuju / Tinggi
4	3,26 < Nilai Mean < 4,00	Sangat Setuju / Sangat Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Banyak kelas ditentukan berdasarkan banyaknya kategori jawaban yang dapat dipilih dalam penelitian ini, yakni 4 kelas. Sedangkan panjang interval dihitung dari selisih nilai kategori jawaban tertinggi dengan nilai kategori jawaban terendah, dan dibagi dengan banyak kelas yang ditentukan. Dengan demikian, penentuan kategori *mean* dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

**Panjang Interval C** = Rentang Kelas : Banyak Kelas

$$= (\text{Nilai Kategori Jawaban Tertinggi} - \text{Terendah})$$

$$= (4-1) : 4$$

$$= 0,75$$

### 3.8.1. Uji Validitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian haruslah valid dalam pengujian atau benar dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga uji validitas sangat diperlukan dalam melakukan penelitian. Uji validitas adalah

tolak ukur yang digunakan untuk menunjukkan tingkat ketetapan suatu instrumen dan untuk mengetahui apa yang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2016:145) menyatakan bahwa “Valid berarti instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya dapat diukur”.

Masrun (1979) dalam Sugiyono (2016:145) menyatakan bahwa teknik korelasi untuk menentukan validitas *item* merupakan teknik yang paling banyak digunakan. *Item* yang memiliki korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut memiliki validitas yang tinggi pula. Dalam penelitian ini, validitas instrumen diukur menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* yang diolah dengan SPSS. Berikut adalah rumus korelasi *Pearson Product Moment*, yang digunakan untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

X = *Item* atau pertanyaan

Y = Total variabel

N = Banyaknya sampel

Sumber: Arikunto, 2010:213

Dalam sebuah penelitian, instrumen dapat dikatakan valid apabila memenuhi persyaratan berikut:

- a) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Sugiyono dalam Siregar, 2014).
- b) Koefisien korelasi *product moment* > r-tabel ( $\alpha$  ; n-2) n = Jumlah sampel.
- c) Nilai  $\text{sig} \leq \alpha$

### 3.8.2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Sedangkan instrumen yang valid pada umumnya adalah reliabel, dengan kata lain bahwa uji reliabel ini bukan yang terpenting dalam pengujian instrumen penelitian, namun uji reliabel harus tetap dilakukan karena reliabilitas instrumen merupakan syarat pengujian validitas instrumen. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama Sugiyono (2016:148).

Menurut Arikunto (2006:221), reliabilitas adalah suatu instrumen yang telah disebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data apabila instrumen tersebut sudah baik. Jika variabel yang diteliti memiliki *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$  maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Sebaliknya jika *Cronbach's Alpha*  $\leq 0,6$  maka variabel tersebut tidak reliabel. Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diukur menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* Yang diolah

dengan SPSS. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dalam Arikunto (2010:222) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left\{ \frac{k}{k-1} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Banyaknya item atau butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian atau item butir

$\sigma_t^2$  = Varian total

Sumber: Arikunto, 2006:222

Tingkat reliabilitas juga dapat dijelaskan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 3.4.**  
**Tingkat Reliabilitas**

<i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat
0,00 s.d. 0,20	Tidak Reliabel
0,21 s.d. 0,40	Kurang Reliabel
0,41 s.d. 0,60	Cukup Reliabel
0,61 s.d. 0,80	Reliabel
0,81 s.d. 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Sugiyono (2016)

### 3.8.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1. Uji Normalitas

Menurut Kusuma dalam Noor (2013:174) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang

terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan membandingkan antara data yang kita miliki dengan data distribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas merupakan salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal. Menentukan normal tidaknya suatu data dapat dilihat melalui nilai sig. di bagian *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengujian dalam penelitian ini adalah, jika angka signifikansi  $>0,05$  menunjukkan data berdistribusi normal, sedangkan jika  $<0,05$  menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Data yang tidak normal, maka kita dapat menggunakan *parametric-test* dan harus menyebar kuesioner ulang kepada responden (Sarjono dan Julianita, 2011). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui hasil uji normalitas, peneliti menggunakan aplikasi SPSS.

### 3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas atau uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*), uji ini diperlukan jika jumlah variabel bebas (*independen*) lebih dari satu. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Apabila variabel *independen* yang saling berkorelasi ditemukan, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel

ortogonal yaitu variable *independen* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independen* sama dengan nol.

Terdapat cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikorelasi, yaitu dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah  $tolerance \leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 0,10$  (Ghozali, 2011:105). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui hasil uji multikolonieritas, peneliti menggunakan aplikasi SPSS.

#### **3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain pada model regresi yang digunakan. Apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Cara mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar *scatter plot*. Interpretasi hasil dari *scatter plot* adalah apabila terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka nol atau di bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam

model regresi ini (Sarjono dan Julianita, 2011). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui hasil uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan aplikasi SPSS.

#### 3.8.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda merupakan analisis pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang digunakan untuk memprediksi permintaan di masa mendatang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*) (Siregar, 2014:301). Pada penelitian ini, terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Maka, rumusan matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

$\alpha$ ,  $b_1$ ,  $b_2$  = Konstanta

##### 3.8.4.1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinan ( $R^2$ ) pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2013:97). Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu

( $0 < R^2 < 1$ ) dimana nilai  $R^2$  semakin tinggi atau semakin mendekati 1 (satu) maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi model regresi terbaik. Penggunaan Adjusted  $R^2$  dianggap lebih tepat karena  $R^2$  kerap menimbulkan permasalahan berupa nilainya akan selalu meningkat seiring dengan penambahan variabel bebas dalam suatu model. Sehingga hal tersebut akan menimbulkan bias karena jika ingin memperoleh model dengan  $R$  tinggi, peneliti bisa saja menambahkan variabel bebas secara sembarangan, tidak mempertimbangkan apakah variabel tersebut berhubungan dengan variabel terikat atau tidak.

### 3.8.5. Uji Hipotesis

Penelitian ini menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka pengujian ini dalam penelitian ini menggunakan teknik uji sebagai berikut:

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial atau *t test* digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Caranya dengan membandingkan besaran nilai thitung dengan ttabel. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig. < \alpha = 0,05$  maka  $H^0$  ditolak dan  $H^1$  diterima dan

sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha = 0,05$  maka  $H^0$  diterima dan  $H^1$  ditolak (Siregar, 2014:307).

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji Statistik F atau uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* secara bersama-sama atau simultan memengaruhi variabel *dependen*. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan besaran nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig. < \alpha = 0,05$  maka  $H^0$  ditolak dan  $H^1$  diterima dan sebaliknya apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha = 0,05$  maka  $H^0$  diterima dan  $H^1$  ditolak (Siregar, 2014:309).

## BAB IV

### PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Gambaran Umum Responden

Sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 118 kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjadi nasabah perbankan. Tidak seluruh mahasiswa dapat menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun kriteria responden yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- b. Berstatus sebagai mahasiswa aktif pada Tahun 2020.
- c. Merupakan nasabah pada perbankan syariah.
- d. Menggunakan *internet banking* salah satu perbankan syariah.

Adanya kriteria responden yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengolah data. Sesuai dengan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*, sehingga peneliti menetapkan adanya kriteria untuk responden.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti membutuhkan responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk dikonversikan menjadi data yang akan dianalisa, gambaran umum responden yang didapatkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin,

usia, penghasilan atau uang saku, pekerjaan dan lama menjadi nasabah adalah sebagai berikut:

#### 4.1.1.1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENIS KELAMIN	FRECUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
PRIA	54	46%	45,77	45,77
WANITA	64	54%	54,23	100,00
<b>TOTAL</b>	118	100%	100,00	

Sumber: data diolah peneliti,(2020)

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden laki laki sebanyak 54 nasabah dengan presentase (46%), dan sebanyak 64 nasabah wanita dengan presentase (54%). Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Malang yang menjadi nasabah banksyariah dalam penelitian ini adalah hampir seimbang antara nasabah pria dan wanita.

#### 4.1.1.2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

USIA	FRECUENC Y	PERCEN T	VALID PERCENT	CUMULATIV E PERCENT
17-19	38	32%	32,20	32,20
20-22	55	47%	46,61	78,61
23-25	20	17%	16,95	95,56
>25	5	4%	4,24	100
<b>TOTAL</b>	118	100%	100,00	

Sumber: data diolah peneliti,(2020)

Berdasarkan tabel 4.2 tentang karakteristik responden berdasarkan usia diatas dapat kita lihat bahwa responden mahasiswa UIN Malang yang berumur diantara 19-21 tahun adalah sebanyak 38 orang atau 32% dari 118 responden keseluruhan, antara usia 22-24 tahun adalah 55 orang atau 47%, anantara usia 25-27 tahun adalah 2 orang atau 2%, usia 28-30 tahun adalah 9 orang atau 12% dan diatas 60 tahun adalah 5 orang atau 4% dari 118 orang responden.

#### 4.1.1.3. Penghasilan atau Uang Saku

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan atau uang saku tiap bulan dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku**

PENGHASILAN/ UANG SAKU	FRECUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
< 1.000.000	62	53%	52,54	52,54
1.000.000-2.999.999	45	38%	38,14	90,68
3.000.000-4.999.999	10	8%	8,47	99,15
> 5.000.000	1	1%	0,85	100
<b>TOTAL</b>	118	100%	100,00	

Sumber: data diolah peneliti,(2020)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki penghasilan atau uang saku sebesar Rp 1.000.000 atau kurang dari itu dengan jumlah 62 mahasiswa sebesar 53%. Mahasiswa yang memiliki penghasilan atau uang saku antara Rp 1.000.000 sampai Rp 2.999.999 berjumlah 45 orang sebesar 38%. Mahasiswa yang memiliki penghasilan atau uang saku Rp 3.000.000 sampai 4.999.999 berjumlah 10 orang sebesar 8% dan yang memiliki penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 hanya 1 orang sebesar 1%.

#### 4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif

Diskripsi terhadap data dalam penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran umum tanggapan responden tentang keputusan minat transaksi menggunakan *i-Banking* (Y) yang dalam penelitian ini dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor persepsi kemudahan ( $X_1$ ), dan faktor persepsi risiko ( $X_2$ ), pengukuran faktor-faktor tersebut dilakukan secara kuantitatif, yaitu melalui pemberian skor terhadap persepsi responden tentang keputusan minat transaksi menggunakan *i-Banking* melalui faktor-faktor tersebut, yang akan disajikan pada tabel dibawah.

##### 4.1.2.1. Faktor Persepsi Kemudahan

Faktor persepsi kemudahan dalam penelitian ini diukur melalui tanggapan 118 responden yang disajikan dalam bentuk tabel dibawah:

**Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Persepsi Kemudahan**

INDIKATOR	JAWABAN RESPONDEN										RATA-RATA
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X <sub>1.1</sub>	44	37%	38	32%	25	21%	5	4%	6	5%	3,915966387
X <sub>1.2</sub>	25	21%	69	58%	16	14%	2	2%	6	5%	3,899159664
X <sub>1.3</sub>	35	30%	52	44%	24	20%	1	1%	6	5%	3,932773109
X <sub>1.4</sub>	32	27%	64	54%	16	14%	0	0%	6	5%	3,991596639
X <sub>1.5</sub>	30	25%	57	48%	22	19%	3	3%	6	5%	3,865546218
X <sub>1.6</sub>	21	18%	51	43%	35	30%	5	4%	6	5%	3,647058824
X <sub>1.7</sub>	29	25%	60	51%	23	19%	1	1%	5	4%	3,915966387
X <sub>1.8</sub>	30	25%	55	47%	27	23%	1	1%	5	4%	3,890756303
X <sub>1.9</sub>	32	27%	60	51%	20	17%	1	1%	5	4%	3,949152542
X <sub>1.10</sub>	34	29%	60	51%	18	15%	2	2%	4	3%	4,008403361
X <sub>1.11</sub>	38	32%	57	48%	17	14%	1	1%	5	4%	4,033613445
<b>RATA-RATA</b>											<b>3,913635716</b>

Sumber: data diolah peneliti,(2020)

- a. Tanggapan responden terhadap faktor persepsi kemudahan ( $X_1$ ):

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa faktor persepsi kemudahan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 3.91, yang bermakna bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap faktor persepsi kemudahan adalah setuju, faktor persepsi kemudahan ini memiliki item-item pertanyaan sebagai berikut:

1. Tidak mengalami kebingungan saat menggunakan *i-Banking* memiliki skor rata-rata sebesar 3,91 hal ini bermakna setuju responden tidak mengalami kebingungan saat menggunakan *i-Banking*, adapun penyebaran responden 44 orang atau 37% menyatakan sangat setuju (SS), 38 orang atau 32% menyatakan setuju (S), 25 orang atau 21% menyatakan netral (N), 5 orang atau 4% menyatakan tidak setuju dan 6 orang atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
2. Tampilan *i-Banking* mudah untuk dibaca sehingga mudah untuk memahaminya memiliki skor rata-rata sebesar 3,89 hal ini bermakna setuju respondendengan tampilan *i-Banking* mudah untuk dibaca sehingga mudah untuk memahaminya, adapun penyebaran responden 25 orang atau 69% menyatakan sangat setuju (SS), 69 orang atau 58% menyatakan setuju (S), 16 orang atau 14% menyatakan netral (N), 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju dan 6 orang atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
3. Interaksi dengan *i-Banking* mudah dipahami memiliki skor rata-rata sebesar 3,93 hal ini bermakna setuju responden dengan interaksi *i-Banking* mudah dipahami, adapun penyebaran responden 35 orang atau

30% menyatakan sangat setuju (SS), 52 orang atau 44% menyatakan setuju (S), 24 orang atau 20% menyatakan netral (N), 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju dan 6 orang atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

4. *I-Banking* sangat fleksibel untuk digunakan memiliki skor rata-rata sebesar 3,99 hal ini bermakna setuju responden dengan interaksi *i-Banking* sangat fleksibel untuk digunakan, adapun penyebaran responden 32 orang atau 27% menyatakan sangat setuju (SS), 64 orang atau 54% menyatakan setuju (S), 16 orang atau 14% menyatakan netral (N), tidak ada orang yang menyatakan tidak setuju dan 6 orang atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
5. Tidak membutuhkan usaha yang keras untuk dapat berinteraksi dengan *i-Banking* memiliki skor rata-rata sebesar 3,86 hal ini bermakna setuju responden dengan interaksi *i-Banking* yang tidak membutuhkan usaha yang keras, adapun penyebaran responden 30 orang atau 25% menyatakan sangat setuju (SS), 57 orang atau 48% menyatakan setuju (S), 22 orang atau 19% menyatakan netral (N), 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju dan 6 orang atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
6. Tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan *i-Banking* memiliki skor rata-rata sebesar 3,64 hal ini bermakna setuju responden dengan interaksi dengan *i-Banking* yang tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan, adapun

penyebaran responden 21 orang atau 18% menyatakan sangat setuju (SS), 51 orang atau 43% menyatakan setuju (S), 35 orang atau 30% menyatakan netral (N), 5 orang atau 4% menyatakan tidak setuju dan 6 orang atau 5% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

7. Cepat untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan *i-Banking* memiliki skor rata-rata sebesar 3,91 hal ini bermakna setuju responden dengan cepat untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan *i-Banking*, adapun penyebaran responden 29 orang atau 25% menyatakan sangat setuju (SS), 60 orang atau 51% menyatakan setuju (S), 23 orang atau 19% menyatakan netral (N), 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju dan 5 orang atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
8. Cepat menggunakan *i-Banking* secara terampil memiliki skor rata-rata sebesar 3,91 hal ini bermakna setuju responden dengan cepat menggunakan *i-Banking* secara terampil, adapun penyebaran responden 30 orang atau 25% menyatakan sangat setuju (SS), 55 orang atau 47% menyatakan setuju (S), 27 orang atau 23% menyatakan netral (N), 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju dan 5 orang atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
9. *I-Banking* merupakan suatu sistem yang tidak rumit memiliki skor rata-rata sebesar 3,94 hal ini bermakna setuju responden dengan *i-Banking* merupakan suatu sistem yang tidak rumit, adapun penyebaran responden 32 orang atau 27% menyatakan sangat setuju (SS), 60 orang atau 51% menyatakan setuju (S), 20 orang atau 17% menyatakan netral (N), 1

orang atau 1% menyatakan tidak setuju dan 5 orang atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

10. *I-Banking* dapat digunakan dan dioperasikan sesuai dengan kebutuhan memiliki skor rata-rata sebesar 4,008 hal ini bermakna setuju responden dengan *i-Banking* dapat digunakan dan dioperasikan sesuai dengan kebutuhan adapun penyebaran responden 34 orang atau 29% menyatakan sangat setuju (SS), 60 orang atau 51% menyatakan setuju (S), 18 orang atau 15% menyatakan netral (N), 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju dan 5 orang atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

11. Secara keseluruhan, *i-Banking* mudah untuk digunakan memiliki skor rata-rata sebesar 4,033 hal ini bermakna setuju responden dengan *i-Banking* mudah untuk digunakan adapun penyebaran responden 38 orang atau 32% menyatakan sangat setuju (SS), 57 orang atau 48% menyatakan setuju (S), 17 orang atau 14% menyatakan netral (N), 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju dan 5 orang atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

Berdasarkan sebelas item diatas menunjukkan bahwa dalam menarik minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*, bank syariah memudahkan nasabahnya dalam menggunakan *i-Banking* sehingga dalam penelitian ini, rata-rata nasabah menyatakan bahwa persepsi kemudahan yang dilaksanakan oleh pihak bank mampu mempengaruhi mahasiswa untuk menaruh kepercayaan dalam minat bertransaksi pmenggunakan *i-Banking*,

dibuktikan dengan didapatkannya skor 3.91 yang berarti rata-rata nasabah setuju atas pernyataan-pernyataan diatas.

#### 4.1.2.2. Faktor Presepsi Risiko

Faktor presepsi risiko dalam penelitian ini diukur melalui tanggapan 118 responden yang disajikan dalam bentuk tabel dibawah:

**Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Persepsi Risiko**

INDIKATOR	JAWABAN RESPONDEN										RATA-RATA
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X <sub>2.1</sub>	4	3%	10	8%	35	30%	53	45%	16	14%	2,445378151
X <sub>2.2</sub>	5	4%	13	11%	34	29%	49	42%	17	14%	2,495798319
X <sub>2.3</sub>	3	3%	11	9%	34	29%	52	44%	18	15%	2,403361345
X <sub>2.4</sub>	4	3%	17	14%	43	36%	35	30%	19	16%	2,596638655
X <sub>2.5</sub>	3	3%	6	5%	30	25%	49	42%	30	25%	2,176470588
X <sub>2.6</sub>	2	2%	15	13%	39	33%	43	36%	19	16%	2,478991597
X <sub>2.7</sub>	4	3%	13	11%	34	29%	47	40%	20	17%	2,423728814
X <sub>2.8</sub>	3	3%	16	14%	33	28%	46	39%	20	17%	2,445378151
X <sub>2.9</sub>	3	3%	14	12%	33	28%	44	37%	24	20%	2,386554622
RATA-RATA											2,42803336

Sumber: data diolah peneliti, (2020)

#### b. Tanggapan responden terhadap faktor presepsi risiko (X<sub>2</sub>):

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 2.42, yang bermakna bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap faktor presepsi risiko adalah tidak setuju, faktor presepsi risiko ini memiliki item-item pertanyaan sebagai berikut:

1. Menggunakan *i-Banking* akan menghilangkan data pribadi memiliki skor rata-rata sebesar 2,44 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* akan menghilangkan data pribadi

adapun penyebaran responden 4 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 10 orang atau 8% menyatakan setuju (S), 35 orang atau 30% menyatakan netral (N), 53 orang atau 45% menyatakan tidak setuju dan 16 orang atau 14% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

2. Bertransaksi menggunakan *i-Banking* rawan pencurian nomor PIN memiliki skor rata-rata sebesar 2,49 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* rawan pencurian nomor PIN, adapun penyebaran responden 5 orang atau 4% menyatakan sangat setuju (SS), 13 orang atau 11% menyatakan setuju (S), 34 orang atau 29% menyatakan netral (N), 49 orang atau 42% menyatakan tidak setuju dan 17 orang atau 14% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
3. Menggunakan *i-Banking* rawan terjadi pencurian uang memiliki skor rata-rata sebesar 2,403 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* rawan pencurian uang, adapun penyebaran responden 3 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 11 orang atau 9% menyatakan setuju (S), 34 orang atau 29% menyatakan netral (N), 52 orang atau 44% menyatakan tidak setuju dan 18 orang atau 15% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
4. Penggunaan *i-Banking* rawan adanya pencurian data memiliki skor rata-rata sebesar 2,59 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* rawan pencurian data, adapun penyebaran responden 4 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 17 orang atau 14% menyatakan setuju (S), 43 orang atau 36% menyatakan netral

(N), 35 orang atau 30% menyatakan tidak setuju dan 19 orang atau 16% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

5. Pengoperasian *i-Banking* membutuhkan biaya yang besar memiliki skor rata-rata sebesar 2,17 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* membutuhkan biaya yang besar, adapun penyebaran responden 3 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 6 orang atau 5% menyatakan setuju (S), 30 orang atau 25% menyatakan netral (N), 49 orang atau 30% menyatakan tidak setuju dan 30 orang atau 25% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
6. Melakukan transaksi melalui *i-Banking* terdapat biaya tambahan dibandingkan dengan metode transaksi lain memiliki skor rata-rata sebesar 2,47 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* terdapat biaya tambahan dibandingkan dengan metode transaksi lain, adapun penyebaran responden 2 orang atau 2% menyatakan sangat setuju (SS), 15 orang atau 13% menyatakan setuju (S), 39 orang atau 33% menyatakan netral (N), 43 orang atau 36% menyatakan tidak setuju dan 19 orang atau 16% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
7. Bertransaksi menggunakan *i-Banking* rawan penipuan memiliki skor rata-rata sebesar 2,42 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* rawan penipuan, adapun penyebaran responden 4 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 13 orang atau 11% menyatakan setuju (S), 34 orang atau 29% menyatakan netral (N), 47

orang atau 40% menyatakan tidak setuju dan 20 orang atau 17% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

8. Rahasia pribadi (PIN) *i-Banking* mudah di curi ataupun di bajak orang memiliki skor rata-rata sebesar 2,44 hal ini bermakna tidak setuju responden dengan menggunakan *i-Banking* rawan penipuan, adapun penyebaran responden 3 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 16 orang atau 14% menyatakan setuju (S), 33 orang atau 28% menyatakan netral (N), 46 orang atau 39% menyatakan tidak setuju dan 20 orang atau 17% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
9. Kode pengenal (User ID) *i-Banking* rawan pembobolan dan penipuan memiliki skor rata-rata sebesar 2,38 hal ini bermakna tidak setuju respondendengan menggunakan *i-Banking* rawan pembobolan dan penipuan, adapun penyebaran responden 3 orang atau 3% menyatakan sangat setuju (SS), 14 orang atau 12% menyatakan setuju (S), 33 orang atau 28% menyatakan netral (N), 44 orang atau 37% menyatakan tidak setuju dan 24 orang atau 20% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

Berdasarkan kesembilan item pertanyaan diatas dapat kita lihat bahwa tanggapan responden terhadap faktor persepsi risiko adalah tidak setuju dan tidak mempengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi dengan *i-Banking*, dengan seluruh item risiko yang dijabarkan tidak membuat responden merasa khawatir dalam bertansaksi menggunakan *i-Banking* dalam penelitian ini rata-rata menyatakan tidak setuju, dibuktikan dengan

skor rata-rata tanggapan responden terhadap faktor persepsi risiko adalah pada angka 2.42 yang berarti setuju.

#### 4.1.2.3. Faktor Minat Transaksi

Faktor minat transaksi dalam penelitian ini diukur melalui tanggapan 118 responden yang disajikan dalam bentuk tabel dibawah:

**Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Minat Transaksi**

INDIKATOR	JAWABAN RESPONDEN										RATA-RATA
	SS		S		N		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	52	44%	44	37%	14	12%	4	3%	4	3%	4,151261
Y2	26	22%	71	60%	15	13%	3	3%	3	3%	3,966387
Y3	48	41%	40	34%	13	11%	3	3%	3	3%	3,848739
Y4	24	20%	62	53%	24	20%	5	4%	3	3%	3,840336
Y5	48	41%	34	29%	11	9%	3	3%	2	2%	3,779661
Y6	21	18%	53	45%	19	16%	3	3%	2	2%	3,728814
RATA-RATA											3,8858662

Sumber: data diolah peneliti, (2020)

c. Tanggapan responden terhadap faktor minat transaksi (Y):

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa faktor karakteristik bank syariah memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 3.88, yang bermakna bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap faktor minat transaksi adalah setuju, faktor minat transaksi ini memiliki item-item pertanyaan sebagai berikut:

1. Memiliki keinginan untuk menggunakan layanan *i-Banking* saat akan melakukan transaksi memiliki skor rata-rata sebesar 4,15 hal ini bermakna setuju responden dengan memiliki keinginan menggunakan layanan *i-Banking* saat melakukan transaksi, adapun penyebaran responden 52 orang atau 44% menyatakan sangat setuju (SS), 44 orang

atau 37% menyatakan setuju (S), 14 orang atau 12% menyatakan netral (N), 4 orang atau 3% menyatakan tidak setuju dan 4 orang atau 3% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

2. Secara umum, berminat menggunakan layanan *i-Banking* untuk menunjang kelancaran transaksi memiliki skor rata-rata sebesar 3,96 hal ini bermakna setuju responden dengan memiliki keinginan menggunakan layanan *i-Banking* untuk menunjang kelancaran transaksi, adapun penyebaran responden 26 orang atau 22% menyatakan sangat setuju (SS), 71 orang atau 60% menyatakan setuju (S), 15 orang atau 13% menyatakan netral (N), 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju dan 3 orang atau 3% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
3. Lebih tertarik menggunakan layanan *i-Banking* dari pada metode pembayaran lain memiliki skor rata-rata sebesar 3,84 hal ini bermakna setuju respondendengan memiliki keinginan menggunakan layanan *i-Banking* dari pada metode pembayaran lain, adapun penyebaran responden 48 orang atau 41% menyatakan sangat setuju (SS), 40 orang atau 34% menyatakan setuju (S), 13 orang atau 11% menyatakan netral (N), 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju dan 3 orang atau 3% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
4. Mencoba menggunakan layanan *i-Banking* untuk melakukan transaksi memiliki skor rata-rata sebesar 3,84 hal ini bermakna setuju responden dengan memiliki keinginan menggunakan layanan *i-Banking* untuk melakukan transaksi, adapun penyebaran responden 24 orang atau 20%

menyatakan sangat setuju (SS), 62 orang atau 53% menyatakan setuju (S), 24 orang atau 20% menyatakan netral (N), 5 orang atau 4% menyatakan tidak setuju dan 3 orang atau 3% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

5. Berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan *i-Banking* dalam kegiatan transaksi memiliki skor rata-rata sebesar 3,77 hal ini bermakna setuju respondendengan berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan *i-Banking* dalam kegiatan transaksi adapun penyebaran responden 48 orang atau 41% menyatakan sangat setuju (SS), 34 orang atau 29% menyatakan setuju (S), 11 orang atau 9% menyatakan netral (N), 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju dan 2 orang atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).
6. Secara keseluruhan akan menggunakan layanan *i-Banking* kapan saja dan dimana saja saat melakukan transaksi memiliki skor rata-rata sebesar 3,72 hal ini bermakna setuju responden dengan secara keseluruhan akan menggunakan layanan *i-Banking* kapan saja dan dimana saja saat melakukan transaksi, adapun penyebaran responden 21 orang atau 18% menyatakan sangat setuju (SS), 53 orang atau 45% menyatakan setuju (S), 19 orang atau 16% menyatakan netral (N), 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju dan 2 orang atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).

Berdasarkan keenam item pertanyaan diatas dapat kita lihat bahwa tanggapan responden terhadap faktor minat transaksi adalah setuju dan

mampu membuat nasabah tertarik pada minat transaksi dalam menggunakan layanan *i-Banking*, dibuktikan dengan skor rata-rata tanggapan responden terhadap faktor minat transaksi dalam menggunakan layanan *i-Banking* adalah pada angka 3.88 yang berarti setuju.

#### **4.1.3. Uji Instrument Data**

Syarat yang wajib dipenuhi pada instrumen data yang benar adalah harus valid dan reliabel, menurut Arikunto dalam buku (Supriyanto dan Maharani, 2013:47) bahwa instrumen yang baik harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel, untuk mengetahui dua syarat tersebut maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

##### **4.1.3.1. Uji Validitas**

Suatu instrumen data dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Validitas diukur untuk mengetahui sejauh mana data yang terkumpul menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud (Supriyanto dan Maharani, 2013:184), dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui kebenaran data dan validitas instrumen data tersebut, sebuah item pertanyaan dikatakan memiliki validitas tinggi apabila memiliki korelasi tinggi terhadap total skor item. Syarat yang harus dipenuhi agar data dikatakan valid adalah korelasi dari item-item angket haruslah kuat dan peluang kesalahannya tidak terlalu besar (maksimal 5%) dan korelasi harus

memiliki arah yang positif. Arah positif tersebut berarti  $r_{bt}$  (nilai korelasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas harus lebih besar dari  $r_{table}$ ).

Uji instrumen data pada penelitian ini dilakukan terhadap tanggapan 118 responden dengan membandingkan nilai korelasi dari data tanggapan responden yang dikumpulkan dan nilai  $r_{table}$  pada taraf signifikansi 5%, maka  $df$  pada penelitian ini adalah  $118-2 = 116$ , maka  $r_{table}$  yaitu 0.152, yang artinya apabila nilai korelasi item instrumen data lebih dari 0.152 maka dikatakan valid.

Pada penelitian ini, variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ), variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) dan variabel minat transaksi ( $Y$ ) semua item pertanyaan memiliki nilai total lebih dari taraf signifikansi sehingga semua item valid dan dapat dijadikan alat ukur untuk menunjukkan sejauh mana data penelitian yang terkumpul menyimpang, hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas**

VARIABEL	ITEM	NILAI		Keterangan
		<i>CORRECTED ITEM TOTAL CORRELATION</i>	r Tabel	
PRESEPSI KEMUDAHAN ( $X_1$ )	X <sub>1.1</sub>	0.848	0.152	VALID
	X <sub>1.2</sub>	0.886	0.152	VALID
	X <sub>1.3</sub>	0.902	0.152	VALID
	X <sub>1.4</sub>	0.851	0.152	VALID
	X <sub>1.5</sub>	0.859	0.152	VALID
	X <sub>1.6</sub>	0.801	0.152	VALID
	X <sub>1.7</sub>	0.885	0.152	VALID
	X <sub>1.8</sub>	0.876	0.152	VALID
	X <sub>1.9</sub>	0.904	0.152	VALID
	X <sub>1.10</sub>	0.816	0.152	VALID
	X <sub>1.11</sub>	0.891	0.152	VALID

PRESEPSI RISIKO (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0.797	0.152	VALID
	X <sub>2.2</sub>	0.820	0.152	VALID
	X <sub>2.3</sub>	0.799	0.152	VALID
	X <sub>2.4</sub>	0.803	0.152	VALID
	X <sub>2.5</sub>	0.672	0.152	VALID
	X <sub>2.6</sub>	0.773	0.152	VALID
	X <sub>2.7</sub>	0.871	0.152	VALID
	X <sub>2.8</sub>	0.870	0.152	VALID
	X <sub>2.9</sub>	0.882	0.152	VALID
MINAT TRANSAKSI (Y)	Y1	0.901	0.152	VALID
	Y2	0.882	0.152	VALID
	Y3	0.854	0.152	VALID
	Y4	0.883	0.152	VALID
	Y5	0.900	0.152	VALID
	Y6	0.882	0.152	VALID

Sumber: data diolah peneliti, 2020

Dari tabel diatas 4.7 dapat kita lihat bahwa seluruh item dinyatakan valid karena nilai *corrected item-total correlation* lebih dari 0.152.

#### 4.1.3.2. Uji Reliabilitas

Syarat data dikatakan reliabel adalah jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.8, maka dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standart nilai	Keterangan
PRESEPSI KEMUDAHAN (X <sub>1</sub> )	0.965	0.8	RELIABEL
PRESEPSI RISIKO (X <sub>2</sub> )	0.935	0.8	RELIABEL
MINAT TRANSAKSI (Y)	0.943	0.8	RELIABEL

Sumber: data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat kita lihat bahwa didapatkan dari uji reliabilitas nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel adalah > 0.8,

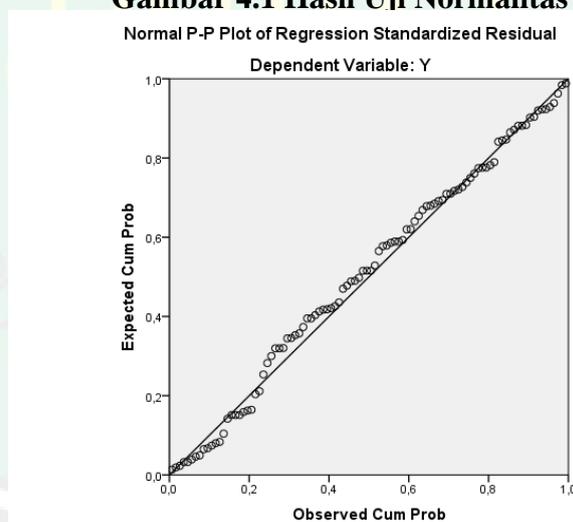
maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah dinyatakan reliabel.

#### 4.1.4. Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam bentuk gambar yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diantara garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dapat diartikan data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, hasil dari uji normalitas dengan metode uji grafis adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas**



Sumber: data diolah peneliti, 2020

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik distribusi berada di sekitar garis diagonal maka distribusi data dapat dikatakan normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi frekuensi persepsi kemudahan dan persepsi risiko dalam menggunakan i-banking telah sesuai dengan distribusi uji.

Setelah dilakukan uji normalitas dalam bentuk gambar, untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dilakukan juga *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Berikut adalah hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,3323703
	Std. Deviation	1,83049850
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,057
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,182 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah, 2020

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai sig adalah  $0.182 >$  lebih dari  $0.05$ . Artinya residual berdistribusi normal, maka uji normalitas dalam penelitian ini terpenuhi.

#### 4.1.4.2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukanya uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah ditemukan dalam model regresi korelasi antara variabel bebas (independen). Model yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel-variabel, jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogol. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara variabel bebas adalah nol.

Cara untuk mengetahui multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) jika nilai tolerance lebih dari 0.10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas tiap variabel adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,187	1,711		5,953	,000		
X <sub>1</sub>	,357	,032	,724	11,326	,000	,895	1,117
X <sub>2</sub>	-,079	,027	-,184	-2,884	,005	,895	1,117

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2020

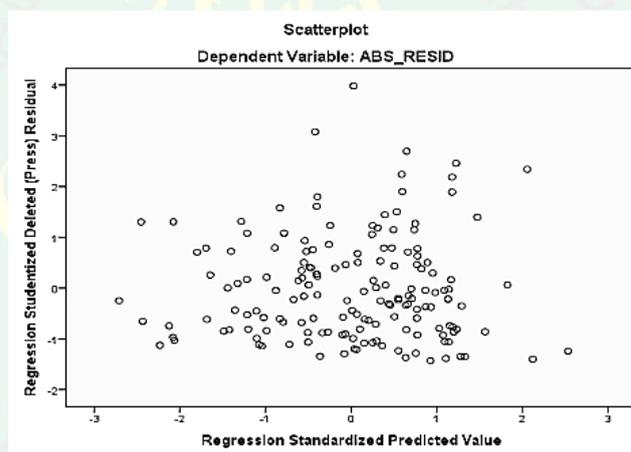
Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel X<sub>1</sub> memiliki nilai tolerance  $0.895 > 0.1$  dan nilai VIF sebesar  $1.117 < 10$  yang artinya tidak terjadi multikolinearitas pada variabel X<sub>1</sub>, variabel X<sub>2</sub> memiliki nilai tolerance  $0.895 > 0.1$  dan nilai VIF sebesar  $1.117 < 10$  yang artinya tidak terjadi multikolinearitas pada variabel X<sub>2</sub>, maka dikatakan seluruh variabel

dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

#### 4.1.4.3. Uji Heterokidastisitas

Uji heterokidastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, hasil dari uji heterekidastisitas dengan metode uji grafis adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokidastisitas**



Sumber: data diolah peneliti, 2020

Gambar 4.2 menggambarkan bahwa sebaran data pada gambar tersebut dilambangkan dengan titik-titik yang tidak membentuk pola yang jelas, dimana titik-titik menyebar diantara titik nol pada sumbu Y. Maka disimpulkan dalam penelitian ini bahwa sebaran data tidak terjadi heterokidastisitas.

#### 4.1.5. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan jika jumlah variabel bebas lebih dari satu, persamaan yang digunakan secara umum yang digunakan dalam uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Hasil analisis uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,187	1,711		5,953	,000
	X <sub>1</sub>	,357	,032	,724	11,326	,000
	X <sub>2</sub>	-,079	,027	-,184	-2,884	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 diatas diperoleh koefisien variabel independen sebagai hasil dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut: variabel persepsi kemudahan (X<sub>1</sub>) = 0.357, persepsi risiko (X<sub>2</sub>) = -0.079, konstanta = 10.187, sehingga model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -10.187 + 0.357 X_1 - 0.079 X_2 + e$$

Penafsiran persamaan regresi linear berganda diatas dapat ditafsirkan sebagai berikut:

- a. Koefisien regresi keputusan minat transaksi (Y) adalah 10,187, yang berarti jika nilai variabel lainnya tetap (konstan) maka minat transaksi adalah sebesar 10,187 satuan.
- b. Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) adalah 0.357, maka apabila variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) naik sebesar 1% akan meningkatkan persepsi kemudahan sebesar 0.357 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- c. Koefisien regresi variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) adalah -0.079, maka apabila variabel persepsi risiko ( $X_2$ ) naik sebesar 1% akan meningkatkan persepsi risiko sebesar -0.079 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

#### 4.1.5.1. Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,803 <sup>a</sup>	,645	,638	1,775

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0.638. Artinya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan ( $X_1$ ) persepsi risiko ( $X_2$ ) dapat mempengaruhi variabel terikat yaitu minat bertransaksi melalui *i-Banking*

0.638 atau 63.8% sedangkan pada 36.2% adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.1.7. Uji Hipotesis

##### 4.1.7.1. Uji Parsial (t)

Uji signifikansi empat variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan untuk mengukur kontribusi tiap variabel secara terpisah terhadap variabel terikat dengan  $t$  tabel = 1.65 dan  $\alpha = 0.05$ , hasil dari uji parsial adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,187	1,711		5,953	,000
	X <sub>1</sub>	,357	,032	,724	11,326	,000
	X <sub>2</sub>	-,079	,027	-,184	-2,884	,005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, hasil dari uji t pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel persepsi kemudahan

$H_0$  :  $B_1 = B_0$  (Tidak ada pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y)

$H_a$  :  $B_1 \neq B_0$  (Ada pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y)

Variabel persepsi kemudahan memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 11,326 > 1.65 dan nilai sig sebesar 0.000 dengan nilai signifikasni 5%, maka 0.000 < 0.05, dari hasil perbandingan tersebut maka  $H_0$  ditolak

artinya variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*.

b. Variabel Persepsi Risiko

$H_0 : B_1 = B_0$  (Tidak ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4$  terhadap  $Y$ )

$H_a : B_i \neq B_0$  (Ada pengaruh  $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4$  terhadap  $Y$ )

Variabel persepsi risiko memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $-2.884 > 1.65$  dan nilai sig sebesar  $0.005$  dengan nilai signifikansi  $5\%$ , maka  $0.005 < 0.05$  dari hasil perbandingan tersebut maka  $H_0$  ditolak artinya variabel persepsi risiko berpengaruh negatif tapi signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*.

#### 4.1.7.2. Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan ( $X_1$ ) dan persepsi risiko ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan minat transaksi ( $Y$ ), hasil dari uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555,255	2	277,628	88,080	,000 <sup>b</sup>
	Residual	305,745	97	3,152		
	Total	861,000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant),  $X_2, X_1$

Sumber: diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai F hitung adalah 88.080 dan nilai sig 0.000, maka nilai F hitung  $88.080 >$  dari F tabel yaitu 3.08 dan nilai sig pada  $0.000 < 0.05$  artinya keempat variabel bebas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## **4.2. Pembahasan**

### **4.2.1. Pengaruh Presepsi Kemudahan Terhadap Minat Transaksi Dengan *i-Banking*.**

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang telah dilakukan dalam penelitian ini, didapatkan hasil bahwa factor persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar  $11,326 > 1.65$  dan nilai sig faktor persepsi kemudahan sebesar 0.000 dengan nilai signifikasni 5%, hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig dari faktor persepsi kemudahan kurang dari 5% yang artinya faktor persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *i-Banking*, maka dapat diartikan bahwa semakin baik persepsi kemudahan yang dilakukan oleh bank syariah, cenderung meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi menggunakan *i-Banking*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fadlan dan Dewantara (2018) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya. Hasil penelitian serupa juga

ditunjukkan oleh Wulandari (2018) bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri adalah karena faktor kemudahan. Hal tersebut didukung oleh teori Davis dalam Jogiyanto (2007:117) terkait adanya pengaruh persepsi kemudahan yang menimbulkan minat penggunaan atau transaksi. Berbagai teori dan hasil penelitian tersebut kemudian disimpulkan bahwa semakin tinggi adanya kemudahan yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin tinggi pula minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Sebaliknya, semakin rendah adanya kemudahan yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah pula minat bertransaksi melalui *i-Banking*.

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi maupun suatu sistem merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dalam penggunaannya. Konteks kemudahan telah difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Insyirah ayat 5-6 sebagai berikut:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

Artinya: *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6).*

Dari ayat tersebut dapat dikatakan bahwa Allah SWT telah menjanjikan bahwa setiap kesulitan pasti akan diberikan kemudahan. Dengan demikian persepsi kemudahan juga merupakan bagian yang ada pada setiap muslim dalam konteks kehidupan sehari-hari. Persepsi

kemudahan atau *perceived ease of use* merupakan ukuran sejauhmana kepercayaan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007:116). Davis *et al.* dalam Lestari (2018) juga memberikan definisi terkait persepsi kemudahan, bahwa persepsi kemudahan dianggap sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana pengguna (*user*) mempercayai teknologi atau sistem informasi dapat digunakan dengan mudah atau bebas dari adanya masalah.

Berdasarkan definisi yang telah diuraikan, dapat diketahui bahwa konstruk persepsi kemudahan adalah terdapatnya suatu kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan, dimana apabila seseorang merasa percaya bahwa suatu sistem informasi atau teknologi mudah digunakan, maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa bahwa suatu sistem informasi atau teknologi tersebut tidak mudah digunakan, maka sistem informasi atau teknologi tersebut tidak akan digunakan.

#### **4.2.2. Pengaruh Presepsi Risiko Terhadap Minat Transaksi Dengan *i-Banking*.**

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang didapatkan dalam penelitian ini bahwa factor presepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat transaksi dengan *i-Banking*, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar  $-2.884 < 1.65$  dan sig faktor kualitas pelayanan sebesar 0.005 dengan nilai signifikasni 5%, hasil ini

menunjukkan bahwa nilai sig dari faktor kualitas pelayanan kurang dari 5% yang artinya faktor persepsi risiko berpengaruh negatif tapi signifikan terhadap minat transaksi dengan *i-Banking*, maka dapat diartikan bahwa baik dan tidaknya persepsi risiko yang dilakukan oleh bank syariah, belum terlalu cenderung meningkatkan minat transaksi dengan *i-Banking*, bahwa semakin tinggi adanya risiko yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah minat bertransaksi melalui *i-Banking*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jayantari dan Seminari (2018) menyatakan bahwa pada masyarakat di Kota Denpasar, persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Mandiri Mobile Banking*. Hasil serupa juga dinyatakan oleh Wulandari (2018) bahwa keamanan merupakan salah satu faktor kunci dalam pertimbangan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Selain itu, pada penelitian Ariani dan Zulhawati (2017) juga didapati bahwa risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan LINE Pay. Hal tersebut didukung oleh teori Bhattacharjee dalam Jogiyanto (2007:119) terkait adanya pengaruh persepsi kemudahan yang menimbulkan minat penggunaan atau transaksi. Berbagai teori dan hasil penelitian tersebut kemudian disimpulkan bahwa semakin tinggi adanya risiko yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah minat bertransaksi melalui *i-Banking*.

Islam sangat mengharapkan umatnya untuk selalu mengantisipasi risiko dan menganjurkan adanya pelaksanaan rencana sehingga kegiatan di

masa mendatang dapat berjalan dengan lancar. Sebagaimana telah difirmankan Allah dalam Al-Quran Surat Al-Hasyr ayat 18 yakni sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Hasyr ayat 18).*

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa sudah sepatutnya seorang muslim memeriksa amal yang telah diperbuatnya. Demikian pula dalam pelaksanaan kehidupan sehari-hari sebagai upaya pemenuhan kebutuhan duniawi, seorang muslim juga harus mengantisipasi adanya segala kemungkinan termasuk risiko yang akan menimpa. Hal tersebut ditujukan sebagai upaya mengurangi kerugian yang lebih parah. Sehingga persepsi risiko juga perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan kegiatan seorang muslim.

Risiko yang dipersepsikan menurut menurut Suryani (2008:115) diartikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat keputusan yang dilakukan. Persepsi risiko atau *perceived of risk* merupakan salah satu faktor yang menjadi penguat atau penghambat seseorang dalam menentukan keputusan penggunaan suatu sistem atau teknologi (Pratiwi, 2012). Risiko muncul karena adanya anggapan atas kejadian yang bersifat

merugikan atau negatif (Hanafi, 2009:2). Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Samadi *et al.* dalam Jayantari dan Seminari (2018:2624) bahwa persepsi risiko merupakan hal yang mengganjal di pikiran konsumen yang dapat muncul akibat banyaknya kemungkinan yang tidak dapat dipastikan.

Selain itu, Cho dan Lee dalam Azizah (2016:38) juga menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan penilaian seseorang pada sesuatu yang berisiko, di mana penilaian tersebut tergantung pada karakteristik psikologis dan keadaan orang tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan persepsi seseorang mengenai adanya ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negatif yang bisa saja terjadi atau diterimanya atas suatu tindakan ekonomi yang tidak dapat diramalkan dampaknya.

#### **4.2.3. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Secara Simultan Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Minat Transaksi Dengan *i-Banking*.**

Setelah dilakukan uji hipotesis secara parsial terhadap masing-masing faktor dengan hasil faktor persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*, sedangkan faktor persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*, selanjutnya dilakukan juga uji secara simultan yang mendapatkan hasil bahwa faktor persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*, dibuktikan dengan diperoleh nilai F hitung adalah 99.080 dan nilai sig

0.000, maka nilai F hitung > dari F tabel yaitu 3.08 dan nilai sig pada  $0.000 < 0.05$  artinya kedua variabel bebas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0.638. Artinya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan ( $X_1$ ) dan persepsi risiko ( $X_2$ ) dapat sebesar 0.638 atau 63.8% sedangkan pada 36.2% adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian Juniwati (2014) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian secara simultan. Penelitian Fadlan & Dewantara (2018) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan maupun persepsi kegunaan, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Kedua penelitian tersebut sejalan dengan hasil pengujian dalam penelitian ini faktor persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Dapat dilihat dari tabel 4.14 variabel persepsi kemudahan mempunyai nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya variabel suku persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Nilai beta ( $\beta$ ) positif sebesar 0,357 yang berarti setiap kenaikan jumlah kantor sebesar 1% maka, dana pihak ketiga mengalami peningkatan sebesar 0,357. Berarti semakin besar persepsi kemudahan maka akan mempengaruhi minat mahasiswa untuk bertransaksi melalui *i-Banking*.
2. Variabel persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Dapat dilihat dari tabel 4.14 variabel persepsi risiko mempunyai nilai  $t_{tabel} -2,884 > 1,65$  artinya variabel persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Nilai beta ( $\beta$ ) negatif sebesar -0,079 yang berarti setiap kenaikan persepsi risiko sebesar 1% maka, dana pihak ketiga mengalami peningkatan sebesar -0,079. Artinya bahwa

semakin tinggi adanya risiko yang dipersepsikan oleh responden, maka akan semakin rendah minat bertransaksi melalui *i-Banking*.

3. Kedua variabel yaitu persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Dapat dilihat dari tabel 4.13 menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya kedua variabel bebas yaitu persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara bersama-sama mempengaruhi minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Dengan melihat hasil  $F_{hitung}$  dapat diartikan bahwa  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  yaitu  $88,080 > 3,08$ . Berarti ketiga variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Berarti semakin banyak persepsi kemudahan dan persepsi risiko maka akan mempengaruhi seorang minat mahasiswa untuk bertransaksi melalui *i-Banking*.

## 5.2. Saran

Dari penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti memberikan saran:

1. Bagi seluruh bank

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu persepsi kemudahan dan persepsi risiko mempengaruhi minat bertransaksi melalui *i-Banking*. Artinya bank syariah harus selalu mempertimbangkan kedua hal ini agar mahasiswa lebih berminat dalam bertransaksi melalui *i-Banking*. Karena bank konvensional dan syariah sama-sama bersaing untuk mendapat nasabah maka dari itu, bank syariah harus memiliki kelebihan atau ciri khas agar tetap terus berkembang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan untuk menambah variabel bebas untuk diteliti karena dari kedua variabel penelitian ini seluruhnya mempengaruhi dana pihak ketiga, sehingga selanjutnya harus ditambah.
- b. Diharapkan untuk memperluas populasi dan jangkauan sampel dengan menambah jumlah mahasiswa di Indonesia, tujuannya agar bank syariah juga dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi melalui *i-Banking*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, B. S. P. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1).
- Ali, Z. (2008). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ariani, M., & Zulhawati. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan LINE Pay. *Conference on Management and Behavioral Studies*, (12-10-2017), 457-467.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, L. N. (2016). *Hubungan Persepsi Risiko Online Shopping dengan Kepercayaan Konsumen dalam Pembelian Produk Fashion di Toko Baju Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Bungin, M. B. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Darmawan, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Davis, F. D., & Vekantesh, V. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2017). Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 173-190.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 82-89.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. M. (2009). *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: Rumah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Hasan, M. I. (2008). *Pokok-pokok Materi Statistik (Statistik Inferensif)*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hasanah, W. (2017). *Jurus Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syariah*. Retrieved October 18, 2019, from <https://www.kompasiana.com/wardatul/5931d72d5793734576013abc/jurus-meningkatkan-pangsa-pasar-bank-syariah?page=all>
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2012). *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Bank Syariah*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, 7(5), 2621–2651.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Juniwati. (2017). Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude, and Intention to Shop Online. *European Journal of Business and Management* 2, 6(27), 218–228.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems Journal*, 4(4), 544–564.
- Kusuma, H., & Susilowati, D. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 11(2), 125–139.
- Lestari, E. (2018). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Computer Self Efficacy, Facilitating Conditions, dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Software Zahir (Studi pada Usaha Dagang di Kabupaten Sukoharjo)*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Marimba, A. (1990). *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*. Bandung: Ma'arif.
- Maziriri, E. T., & Chuchu, T. (2017). The Conception of Consumer Perceived Risk towards Online Purchases of Apparel and an Idiosyncratic Scrutiny of Perceived Social Risk: A Review of Literature. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 257–265.
- Munthe, S. (2014). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota*. Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara.
- Nawawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University.

- Oroh, C. R., Saerang, D. P. E., & Rumokoy, F. S. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Kembali Tiket Elektronik Lion Air. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 367–376.
- Prabowo, E. S., & Wiratno, E. (2019). Analisis Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, 2(1), 81–92.
- Pratiwi, D. P. (2012). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Pengalaman Terhadap Perilaku Penggunaan Mobile Banking dengan Dimediasi Niat Menggunakan Mobile Banking Nasabah BCA di Surabaya*. STIE Perbanas Surabaya.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan WEB. *EKOBIS*, 19(1), 59–70.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs. LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Selanti, F., & Ma'rifah, I. (2019). Meningkatkan “Market Share” Perbankan Syariah. Retrieved October 18, 2019, from <https://www.kompasiana.com/selantifalah/5ceff6423ba7f775b121d596/meningkakan-market-share-perbankan-syariah?page=all>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, W. (2002). *Asas-asas Keuangan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Telkom Indonesia. (n.d.). Kajian Bisnis Fintech Syariah. Retrieved October 18, 2019, from [https://indonesiadrc.id/upload/pub/extracted/19\\_fulltext\\_file/9d2d3d8046de88dfd96e97ab52ce71a6.pdf](https://indonesiadrc.id/upload/pub/extracted/19_fulltext_file/9d2d3d8046de88dfd96e97ab52ce71a6.pdf)
- Thoifah, I. (2015). *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Wirduyaningsih., Perwataatmadja, K., Barlinti, S., & Dewi, G. (2005). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Wulandari, D. P. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri*

*Kantor Cabang Lubuk Pakam. UIN Sumatera Utara.*

Mubiyantoro, Ari dan Syaefullah. (2013). “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking”. Jurnal Akuntansi. Universitas Brawijaya Malang.

Habibi dan Zaky, (2015). “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah”. Jurnal 2014, Universitas Brawijaya.



## Lampiran 1 Kuisisioner

Dalam rangka penyusunan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Transaksi Menggunakan *I-Banking* (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang), dengan hormat, saya:

Nama : Puji Dwi Rahayu  
NIM : 16540002  
Program Studi : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Memohon kesediaan Saudara / Saudari untuk membantu pengisian kuisisioner berikut secara jujur dan terbuka.

Kuisisioner ini saya pergunakan untuk keperluan akademis semata dan bukan untuk keperluan lainnya. Seluruh data yang Anda berikan adalah bersifat rahasia. Oleh karena itu, tidak perluragu-ragu dalam mengisi kuisisioner berikut. Saya mengharapkan informasi serta jawaban Anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Atas bantuan dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Puji Dwi Rahayu

**BAGIAN I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : .....

Jenis Kelamin : ( ) Laki-laki  
( ) Perempuan

Usia : .....

Penghasilan atau saku per bulan : ( ) < Rp 1.000.000,00  
( ) Rp 1.000.000,00 – Rp 2.999.999,00  
( ) Rp 3.000.000,00 – Rp 4.999.999,00  
( ) > Rp 5.000.000,00

\*) Beri centang (✓) pada salah satu jawaban.

**BAGIAN II. PERTANYAAN PENDAHULUAN**

1. Apakah Anda merupakan mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Kota Malang?  
( ) Ya  
( ) Tidak
2. Apakah Anda merupakan nasabah di salah satu perbankan syariah di Indonesia?  
( ) Ya  
( ) Tidak
3. Apakah Anda pengguna *I-Banking* salah satu perbankan syariah di Indonesia?  
( ) Ya  
( ) Tidak

Jika jawaban Anda seluruhnya adalah “Ya”, maka Anda bisa melanjutkan mengisi kuesioner ini.

### BAGIAN III. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

1. Anda diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda saat ini.
2. Anda diminta memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang Anda anggap paling sesuai.
3. Pilihan jawaban tingkat kinerja:
  - 1 = Sangat Tidak Setuju
  - 2 = Tidak Setuju
  - 3 = Netral
  - 4 = Setuju
  - 5 = Sangat Setuju
4. Anda diharapkan mengisi semua pernyataan tanpa ada yang terlewatkan demi kelancaran penelitian ini.

Contoh pengisian:

No.	Pernyataan	Tingkat Kinerja				
		1	2	3	4	5
1.	Saya menggunakan <i>I-Banking</i> untuk keperluan transaksi.					✓

### BAGIAN IV. KOMPONEN PERNYATAAN

No.	Pernyataan	Tingkat Kinerja				
		1	2	3	4	5
<b>Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>)</b>						
1.	Saya tidak mengalami kebingungan saat menggunakan <i>I-Banking</i> .					
2.	Saya merasa tampilan <i>I-Banking</i> mudah untuk dibaca sehingga saya mudah untuk					

	memahaminya.					
3.	Saya rasa interaksi dengan <i>I-Banking</i> mudah dipahami.					
4.	Menurut saya <i>I-Banking</i> sangat fleksibel untuk digunakan.					
5.	Saya tidak membutuhkan usaha yang keras untuk dapat berinteraksi dengan <i>I-Banking</i> .					
6.	Saya tidak melakukan kesalahan-kesalahan berlanjut ketika mengoperasikan <i>I-Banking</i> .					
7.	Saya cepat untuk mempelajari bagaimana cara menggunakan <i>I-Banking</i> .					
8.	Saya dengan cepat menggunakan <i>I-Banking</i> secara terampil.					
9.	Menurut saya <i>I-Banking</i> merupakan suatu sistem yang tidak rumit.					
10.	<i>I-Banking</i> dapat digunakan dan dioperasikan sesuai dengan kebutuhan.					
11.	Secara keseluruhan, menurut saya <i>I-Banking</i> mudah untuk digunakan.					
<b>Persepsi Risiko (X<sub>2</sub>)</b>						
1.	Menurut saya menggunakan <i>I-Banking</i> akan menghilangkan data pribadi.					
2.	Menurut saya bertransaksi menggunakan <i>I-Banking</i> rawan pencurian nomor PIN.					

3.	Menurut saya menggunakan <i>I-Banking</i> rawan terjadi pencurian uang.					
4.	Menurut saya penggunaan <i>I-Banking</i> rawan adanya pencurian data.					
5.	Menurut saya pengoperasian <i>I-Banking</i> membutuhkan biaya yang besar.					
6.	Menurut saya melakukan transaksi melalui <i>I-Banking</i> terdapat biaya tambahan dibandingkan dengan metode transaksi lain.					
7.	Menurut saya bertransaksi menggunakan <i>I-Banking</i> rawan penipuan.					
8.	Menurut saya, rahasia pribadi (PIN) <i>I-Banking</i> mudah dicuri ataupun dibajak orang.					
9.	Menurut saya kode pengenal (User ID) <i>I-Banking</i> rawan pembobolan dan penipuan.					
<b>Minat Transaksi (Y)</b>						
1.	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan layanan <i>I-Banking</i> saat akan melakukan transaksi.					
2.	Secara umum, saya berminat menggunakan layanan <i>I-Banking</i> untuk menunjang kelancaran transaksi.					
3.	Saya lebih tertarik menggunakan layanan <i>I-Banking</i> dari pada metode pembayaran lain.					

4.	Saya mencoba menggunakan layanan <i>I-Banking</i> untuk melakukan transaksi.					
5.	Saya berkeinginan untuk tetap menggunakan layanan <i>I-Banking</i> dalam kegiatan transaksi.					
6.	Secara keseluruhan saya akan menggunakan layanan <i>I-Banking</i> kapan saja dan dimana saja saat melakukan transaksi.					

Terima kasih saya ucapkan atas bantuan dan ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner tersebut.



## Lampiran 2 Data Hasil Penelitian

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
8	2	2	2	3	4	1	2	2	2	2	2
9	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
10	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
11	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	1	1	1	1	1	5	4	4	3	4	3
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
18	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5
24	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
25	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
26	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
29	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3
30	5	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5
31	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
32	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5
38	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
39	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
40	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4
43	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
45	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4
48	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5
49	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1
51	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
52	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
55	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
56	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
57	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
58	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
60	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
61	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
62	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
66	4	4	3	5	3	3	4	3	4	4	3
67	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
73	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
74	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3
75	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
76	3	3	3	4	4	2	3	3	3	5	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	2	2	4	4	2	4	5	4	4	3	3
80	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	2	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
85	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
86	3	4	3	5	4	2	3	3	3	4	4
87	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
88	3	4	4	4	4	2	3	3	4	5	5
89	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
90	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
92	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4
93	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



21	2	2	2	2	4	2	2	2	2
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	1	2	2	2	1	1	2	2	2
24	2	3	2	3	2	2	2	2	2
25	3	3	3	2	2	3	2	2	2
26	2	2	2	2	3	3	3	2	2
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2
28	2	2	1	2	1	2	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	2	3	2	3	2	3	2	3	2
31	2	1	2	1	2	1	2	1	2
32	3	3	2	2	2	2	2	3	3
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2
35	3	3	4	4	4	4	4	4	4
36	2	4	2	4	1	4	2	4	4
37	2	2	2	2	2	2	2	3	2
38	2	2	2	3	3	3	2	2	2
39	2	2	2	2	2	2	2	2	2
40	2	2	2	2	2	2	3	3	2
41	3	3	3	3	2	3	3	3	3
42	3	3	2	4	3	4	3	4	4
43	2	3	2	3	2	2	2	2	2
44	1	1	2	2	2	1	2	2	1
45	2	2	1	1	2	2	1	1	1
46	2	2	1	2	1	2	1	2	2
47	2	2	2	2	3	3	3	2	2
48	1	1	4	4	1	2	3	2	3
49	3	5	3	3	3	3	3	3	3
50	2	3	3	3	1	2	1	1	1
51	3	3	3	3	3	3	3	3	4
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	2	2	1	1	1	2	2	2	1
55	2	1	2	1	2	1	2	1	2
56	2	2	2	1	1	1	2	2	2
57	2	2	1	3	2	2		2	2
58	2	2	2	1	1	1	1	1	1
59	2	2	3	3	1	1	1	2	2
60	2	1	2	1	2	3	3	3	3
61	5	4	5	4	5	4	5	4	5
62	3	3	3	3	2	2	3	3	3
63	2	2	2	2	2	2	2	2	2
64	1	1	1	1	2	3	3	2	2
65	3	3	2	3	1	2	2	2	2
66	2	2	2	2	2	3	2	3	2
67	5	3	3	4	5	4	4	4	4
68	4	5	4	4	4	4	4	4	4

69	4	3	3	3	2	3	3	2	2
70	4	3	3	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	1	2	2	3	3	3	2	2	2
73	2	2	2	2	2	1	1	1	1
74	2	2	2	3	2	3	3	3	3
75	1	2	1	2	1	2	1	2	1
76	3	3	3	3	2	4	3	3	3
77	2	2	2	2	1	1	1	2	2
78	2	3	2	3	1	1	2	2	2
79	4	2	3	3	3	2	2	2	1
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	3	3	2	3	2	4	4	2	3
84	3	3	3	3	1	2	2	2	2
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	4	4	4	5	2	2	4	4	4
87	4	4	3	3	4	4	4	4	4
88	3	4	2	3	2	4	3	3	3
89	2	2	2	2	1	2	1	2	2
90	2	2	2	2	2	2	2	3	3
91	3	5	2	5	3	3	5	5	5
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2
93	1	1	1	1	1	1	1	1	1
94	3	4	4	5	2	5	3	4	4
95	4	3	4	4	3	4	3	4	3
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	2	2	1	1	1	3	2	1	1
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	2	2	2	4	1	4	2	2	3
100	2	2	1	2	2	2	1	1	1
101	3	2	3	2	1	1	2	2	1
102	2	1	1	1	2	1	2	1	2
103	1	1	1	3	2	3	2	3	3
104	2	2	2	3	2	2	2	2	1
105	1	2	2	1	1	2	2	1	2
106	3	2	2	2	2	2	2	2	2
107	3	2	2	2	2	2	2	2	3
108	2	1	1	1	1	1	1	1	1
109	2	1	2	2	3	2	2	2	2
110	2	2	2	3	3	2	2	2	1
111	1	2	2	1	2	2	1	2	1
112	2	2	2	2	3	3	3	2	2
113	3	3	3	3	3	3	2	2	2
114	2	1	2	1	2	2	2	1	1
115	2	2	2	2	1	1	1	1	1
116	1	2	1	2	1	2	1	1	2

<b>117</b>	1	2	2	2	2	2	2	2	1
<b>118</b>	2	2	4	4	2	3	1	5	2

<b>No</b>	<b>Y1</b>	<b>Y2</b>	<b>Y3</b>	<b>Y4</b>	<b>Y5</b>	<b>Y6</b>
<b>1</b>	5	5	5	5	5	5
<b>2</b>	4	4	4	4	4	4
<b>3</b>	5	4	5	4	5	4
<b>4</b>	5	5	5	4	4	4
<b>5</b>	1	2	2	2	1	1
<b>6</b>	4	3	4	3	3	3
<b>7</b>	4	5	4	4	4	4
<b>8</b>	2	2	2	2	2	2
<b>9</b>	5	5	4	5	4	4
<b>10</b>	4	4	4	4	4	4
<b>11</b>	3	4	4	4	4	4
<b>12</b>	4	4	4	4	4	4
<b>13</b>	4	4	3	5	3	5
<b>14</b>	4	4	4	4	4	4
<b>15</b>	4	3	3	4	3	2
<b>16</b>	1	1	1	1	1	1
<b>17</b>	4	4	3	3	3	3
<b>18</b>	3	4	4	3	3	3
<b>19</b>	4	4	3	3	4	4
<b>20</b>	3	3	3	3	3	3
<b>21</b>	4	4	4	4	4	4
<b>22</b>	3	3	3	3	3	3
<b>23</b>	5	4	3	4	4	4
<b>24</b>	5	4	5	4	4	4
<b>25</b>	5	4	4	5	4	5
<b>26</b>	5	5	5	5	4	4
<b>27</b>	5	5	5	4	4	4
<b>28</b>	5	4	4	5	5	4
<b>29</b>	5	5	4	3	3	3
<b>30</b>	5	4	5	4	5	4
<b>31</b>	5	4	5	4	5	4
<b>32</b>	5	4	3	3	4	5
<b>33</b>	3	3	3	3	3	3
<b>34</b>	4	4	4	4	3	4
<b>35</b>	5	5	5	4	4	4
<b>36</b>	5	5	5	5	5	5
<b>37</b>	5	4	4	4	5	5
<b>38</b>	5	5	5	4	4	4
<b>39</b>	5	5	5	4	4	5
<b>40</b>	5	4	5	4	5	4
<b>41</b>	3	3	3	3	3	3
<b>42</b>	4	3	3	4	3	3
<b>43</b>	4	4	4	4	4	4

44	4	5	4	4	5	4
45	5	5	5	5	4	4
46	4	4	4	4	4	4
47	5	4	4	5	4	3
48	4	4	3	4	4	3
49	4	4	4	3	3	4
50	3	3	2	2	2	3
51	3	3	3	3	3	3
52	3	4	4	4	4	4
53	1	1	1	1	1	1
54	4	4	4	4	4	4
55	5	4	5	4	3	5
56	5	5	4	4	3	3
57	5	4	4	5	5	4
58	4	4	4	5	5	5
59	5	4	3	3	3	3
60	5	4	5	4	5	4
61	5	4	5	4	5	5
62	4	4	3	4	4	3
63	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	3
65	5	5	4	5	5	5
66	4	4	4	4	4	4
67	5	4	3	4	4	4
68	2	2	2	2	2	2
69	4	4	4	4	4	4
70	4	4	5	4	4	4
71	4	3	3	3	3	3
72	5	5	4	4	4	5
73	5	4	5	4	5	4
74	3	3	3	3	3	3
75	5	4	5	4	5	4
76	4	4	4	4	4	4
77	5	5	3	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4
79	3	4	4	4	3	5
80	3	3	3	3	3	3
81	2	3	3	3	2	2
82	2	3	3	2	2	2
83	5	5	5	5	5	5
84	5	5	4	5	5	5
85	4	4	2	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5
87	4	4	3	4	4	3
88	3	4	3	3	3	3
89	4	4	3	4	3	3
90	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4

92	4	4	5	4	4	4
93	1	1	1	1	1	1
94	4	4	2	4	3	3
95	4	4	3	4	3	4
96	5	5	4	3	3	3
97	5	5	5	4	4	5
98	3	3	3	3	3	3
99	5	5	5	5	5	5
100	5	4	4	3	3	3
101	5	4	4	5	5	4
102	5	4	4	5	4	4
103	5	5	4	5	5	5
104	5	4	5	4	5	4
105	4	4	4	3	4	3
106	4	4	4	5	4	4
107	5	4	5	4	3	3
108	4	4	4	3	4	4
109	5	4	4	4	5	5
110	5	4	5	5	5	4
111	5	4	5	4	4	4
112	5	5	4	5	4	4
113	4	4	4	4	4	4
114	4	4	4	5	5	5
115	4	5	4	4	5	4
116	5	4	4	5	4	4
117	5	4	4	4	4	4
118	4	4	4	3	3	3

### Lampiran 3 Hasil Output Spss

#### Uji Validitas

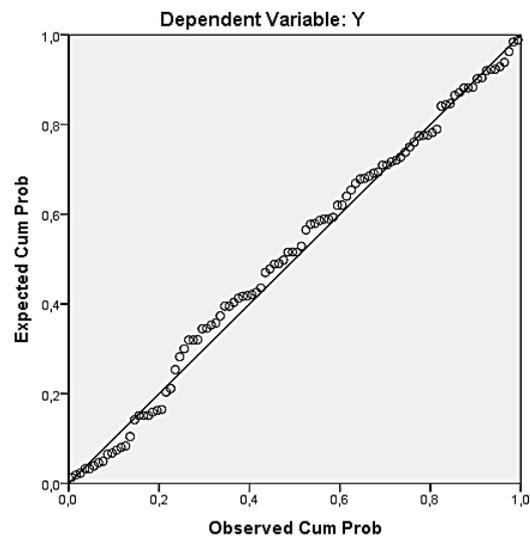
VARIABEL	ITEM	NILAI		Keterangan
		<i>CORRECTED ITEM TOTAL CORRELATION</i>	r Tabel	
PRESEPSI KEMUDAHAN (X <sub>1</sub> )	X1.1	0.848	0.152	VALID
	X1.2	0.886	0.152	VALID
	X1.3	0.902	0.152	VALID
	X1.4	0.851	0.152	VALID
	X1.5	0.859	0.152	VALID
	X1.6	0.801	0.152	VALID
	X1.7	0.885	0.152	VALID
	X1.8	0.876	0.152	VALID
	X1.9	0.904	0.152	VALID
	X1.10	0.816	0.152	VALID
	X1.11	0.891	0.152	VALID
PRESEPSI RISIKO (X <sub>2</sub> )	X2.1	0.797	0.152	VALID
	X2.2	0.820	0.152	VALID
	X2.3	0.799	0.152	VALID
	X2.4	0.803	0.152	VALID
	X2.5	0.672	0.152	VALID
	X2.6	0.773	0.152	VALID
	X2.7	0.871	0.152	VALID
	X2.8	0.870	0.152	VALID
	X2.9	0.882	0.152	VALID
MINAT TRANSAKSI (Y)	Y1	0.901	0.152	VALID
	Y2	0.882	0.152	VALID
	Y3	0.854	0.152	VALID
	Y4	0.883	0.152	VALID
	Y5	0.900	0.152	VALID
	Y6	0.882	0.152	VALID

#### Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Nilai Cronbach Alpha</i>	Standart Nilai	Keterangan
PRESEPSI KEMUDAHAN(X <sub>1</sub> )	0.965	0.8	RELIABEL
PRESEPSI RISIKO(X <sub>2</sub> )	0.935	0.8	RELIABEL
MINAT TRANSAKSI (Y)	0.943	0.8	RELIABEL

## Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		118
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,3323703
	Std. Deviation	1,83049850
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,057
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,182 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

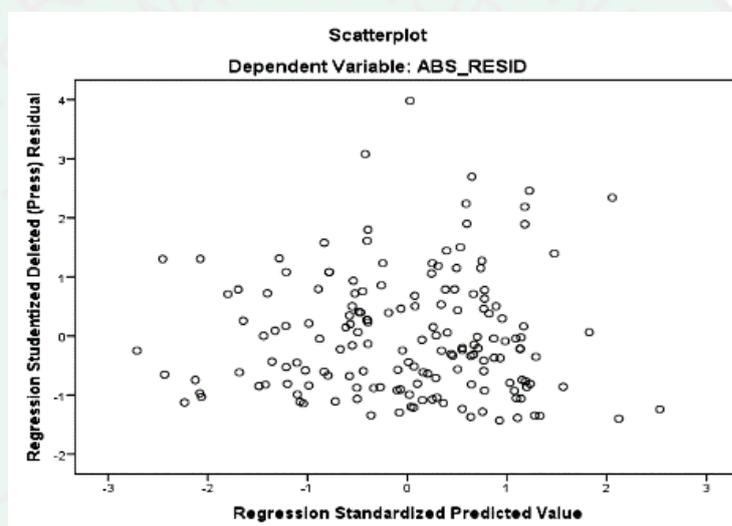
### Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
				Beta				
1	(Constant)	10,187	1,711		5,953	,000		
	X1	,357	,032	,724	11,326	,000	,895	1,117
	X2	-,079	,027	-,184	-2,884	,005	,895	1,117

a. Dependent Variable: Y

### Uji Heterokidastisitas



### Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,843	,993		1,855	,067
	X1	-,022	,018	-,124	-1,184	,239
	X2	,025	,016	,161	1,546	,125

a. Dependent Variable: ABS\_RESID

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,803 <sup>a</sup>	,645	,638	1,775

a. Predictors: (Constant), X2, X1

### Uji Parsial (t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,187	1,711		5,953	,000
	X1	,357	,032	,724	11,326	,000
	X2	-,079	,027	-,184	-2,884	,005

a. Dependent Variable: Y

### Uji Simultan (F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555,255	2	277,628	88,080	,000 <sup>b</sup>
	Residual	305,745	97	3,152		
	Total	861,000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

## Lampiran 4 Biodata Peneliti

### BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Puji Dwi Rahayu  
Tempat, Tanggal Lahir : Pamekasan, 20 April 1997  
Alamat Asal : Jl. Jalmak Gg. IV / No : 3 Kec. Pamekasan - Madura  
Alamat Kos : Jl. Joyo Suko Metro Gg. II – Lowokwaru - Malang  
Telepon/HP : 085233133301  
Email : [Pujidwirahayu2004@gmail.com](mailto:Pujidwirahayu2004@gmail.com)

#### **Pendidikan Formal**

Tahun 2002 – 2003 TK PKK Jalmak  
Tahun 2004 – 2010 SDN Jalmak II  
Tahun 2010 – 2013 RSBI SMPN 1 Pamekasan  
Tahun 2013 – 2016 MAN 1 Jungcangcang Pamekasan  
Tahun 2016 – 2020 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

#### **Pendidikan Non Formal**

Tahun 2016 – 2017 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN  
Maulana Malik Ibrahim Malang  
Tahun 2016 – 2017 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly

## Lampiran 5 Bukti Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E., M.SA  
NIDT : 19761210 200912 2 001  
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Puji Dwi Rahayu  
NIM : 16540002  
Handphone : 085233133301  
Konsentrasi : Keuangan  
Email : [Pujidwirahayu2004@gmail.com](mailto:Pujidwirahayu2004@gmail.com)  
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP INAT TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN I-BANKING (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
<b>13%</b>	<b>13%</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 29 Juni 2020  
UP2M

Zuraidah, S.E., M.SA.  
19761210 200912 2 001

## Testing Uji Plagiat

### ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%

## Lampiran 6 Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341)  
558881

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 16540045  
NAMA : PUJI DWI RAHAYU  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
DOSEN PEMBIMBING : KHUSNUDIN, S.Pi, M.Ei  
JUDUL : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP  
MINAT TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN I-BANKING  
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG)

No	Tanggal Bimbingan	Deskripsi Bimbingan	Status
1	2019-10-03	Pengajuan judul skripsi	Sudah Dikoreksi
2	2019-11-01	Revisi judul dan latar belakang	Sudah Dikoreksi
3	2019-11-19	Revisi latar belakang dan bab 1 – bab 2	Sudah Dikoreksi
4	2019-12-13	Revisi bab 1 dan bab 2	Sudah Dikoreksi
5	2019-12-26	Revisi bab 3	Sudah Dikoreksi
6	2020-01-13	Acc bab 1 - bab 3	Sudah Dikoreksi
7	2020-04-27	Bimbingan bab 4 dan 5	Sudah Dikoreksi
8	2020-04-30	Bimbingan bab 4 dan bab 5	Sudah Dikoreksi
9	2020-05-02	ACC bab 4 – bab 5	Sudah Dikoreksi

Malang, 18 Juni  
2020 Mengetahui  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eko Suprayitno, SE.,M.Si.Ph.D  
NIP. 19751109 199903 1 003