

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT MAHASISWA UII MENGGUNAKAN INTERNET BANKING**

**SKRIPSI**



Oleh:

Nama : Siti Jamidan

Nomor Mahasiswa : 12313271

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

**2016**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT MAHASISWA UII MENGGUNAKAN INTERNET BANKING**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir  
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1

Jurusan Ilmu Ekonomi,  
pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Siti Jamidan

Nomor Mahasiswa : 12313271

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI YOGYAKARTA**

**2016**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi jurusan Ilmu Ekonomi FE UII. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta , Agustus 2016

Penulis



Siti Jamidan

PENGESAHAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA UII  
MENGUNAKAN INTERNET BANKING

Nama : Siti Jamidan

Nomor Mahasiswa : 12313271

Jurusan : Ilmu Ekonomi

Yogyakarta, 17 Oktober 2016

telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Mohammad Bakti Hendrie Anto. S.E, M.Sc.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA UII MENGGUNAKAN  
INTERNET BANKING**

Disusun Oleh : **SITI JAMIDAN**

Nomor Mahasiswa : **12313271**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 17 Oktober 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc. ....

Penguji : Nur Feriyanto, Dr., M.Si  
.....

Ari Rudatin, Dra., M.Si.  
.....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283  
Telepon (0274) 881546 - 883087 - 885376 Fax. : 882589

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

*Bismillahirrahmannirrahim*

Pada Semester Ganjil 2016/2017, hari Senin, tanggal 17 Oktober 2016 Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : **SITI JAMIDAN**  
No. Mahasiswa : **12313271**  
Judul Tugas Akhir : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA UII  
MENGUNAKAN INTERNET BANKING**  
Pembimbing : **Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.**

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir/Skripsi tersebut dinyatakan:

**1. Lulus Ujian Tugas Akhir \*)**

a. ~~Tugas Akhir tidak direvisi~~

**b. Tugas Akhir perlu direvisi**

**2. Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir**

Nilai : **A**.....  
Referensi : Layak/Tidak Layak \*) ditampilkan di Perpustakaan  
Tim Penguji  
Ketua Tim : **Nur Feriyanto, Dr., M.Si** .....  
Anggota Tim : **Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.** .....  
**Ari Rudatin, Dra., M.Si.** .....

Yogyakarta, 17 Oktober 2016  
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi  
**Drs. Akhsyim Afandi, MA, Ph.D**

**Keterangan:**

\*) *Coret yang tidak perlu*  
*- Bagi yang lulus Ujian Tugas Akhir dan Komprehensif,*  
*segera konfirmasi ke Divisi Akademik*

## ***HALAMAN MOTTO***

**Sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya karena Allah SWT”**

**“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Al-Baqarah: 153)**

**“Segala sesuatu yang dikerjakan harus ikhlas, hidup tanggung jawabmu, sukses itu harga mati”**

**"Barangsiapa yang bersungguh-sungguh maka dia akan berhasil, Insyallah!"**

**“Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan Hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk”: ( AT-Taubah : 18)**

**“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yanglain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”**

**(Q.S. Al – Insyirah : 6 – 8)**

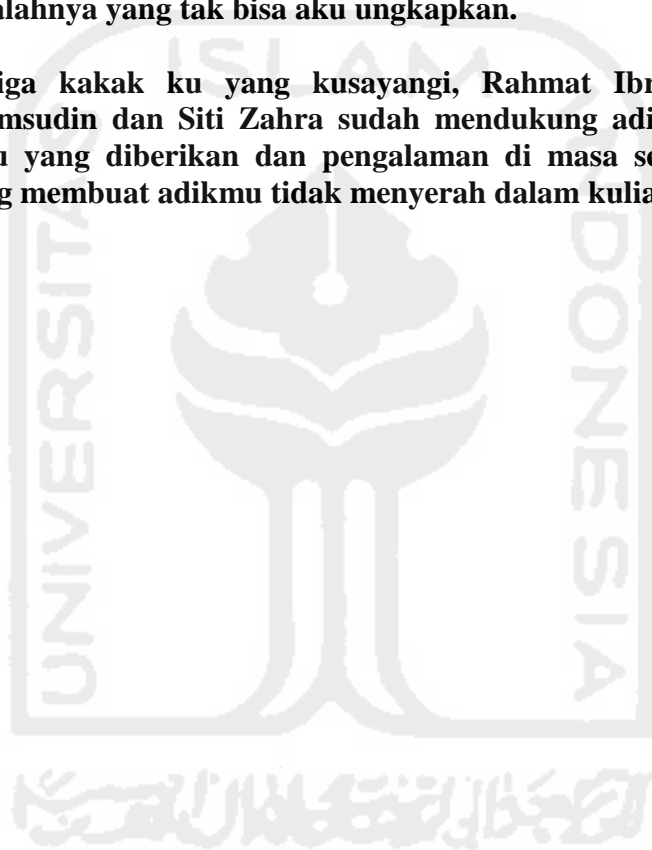
## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Aku persembahkan usaha dan kerja kerasku ini dalam rangka meraih ridho Allah SWT.**

**Aku dedikasikan karya sederhanaku untuk:**

**Bapak dan mama tercinta yang telah memberikan motivasi dan segalanya yang tak bisa aku ungkapkan.**

**Ketiga kakak ku yang kusayangi, Rahmat Ibrahim, Ali Hasan Syamsudin dan Siti Zahra sudah mendukung adikmu dari berbagi ilmu yang diberikan dan pengalaman di masa sekolah dan kuliah yang membuat adikmu tidak menyerah dalam kuliah.**





## KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah Subhana Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking**”. Tak lupa pula salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita sebagai umat Islam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan penulis yang dimiliki. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Dwiprptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Drs. Akhsyim Afandi, MA, Ph.D selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Mohammad Bektu Hendrie Anto S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya di tengah kesibukan untuk memberikan bimbingan dan memberikan semangat selama penulisan hingga skripsi ini selesai.

4. Civitas akademika dan semuanya yang tidak dapat saya sebutkan terima kasih atas bantuannya dalam segala hal selama penulisan hingga skripsi selesai.
5. Sepupu – sepupu tercinta yang di jogja, nunes, wati, umi, latif, faris, fati dan fayas yang selalu memberi semangat dan dukungan.
6. Keluarga besar Takmir Masjid Ulil Albab terima kasih atas motivasi,dukungan dan doa – doa yang telah kalian panjatkan.
7. Takmir Masjid Ulil Albab Angkatan 2012 terima kasih canda tawa kalian yang membuat saya lebih semangat.
8. Penguni Asrama Al-Mahfudz ,adek – adek ku terima kasih selalu menemani dan memberi dukung kepada kakak kalian yang satu ini.
9. Buat sahabat ku , firna, nur, fasa, aisyah dan afiat yang selalu mendukung satu sama lain dalam keadaan susah ataupun senang dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Buat sahabat ku , damar, fitri, dan hasril yang selalu mendukung dalam keadaan susah atau pun senang dari sebrang daerah paling timur NTT.
11. Teman-teman KKN 382 Nandi, Rama, Hakam, Sabda, Ika, Mai, dan cyntia bisa melewati masa-masa sulit dengan tertawa, memberi semangat tak ada putusnya dengan teman yang satu terjatuh.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang bersifat membangun dalam menyempurnakan skripsi dari berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 17 Oktober 2016

Penulis

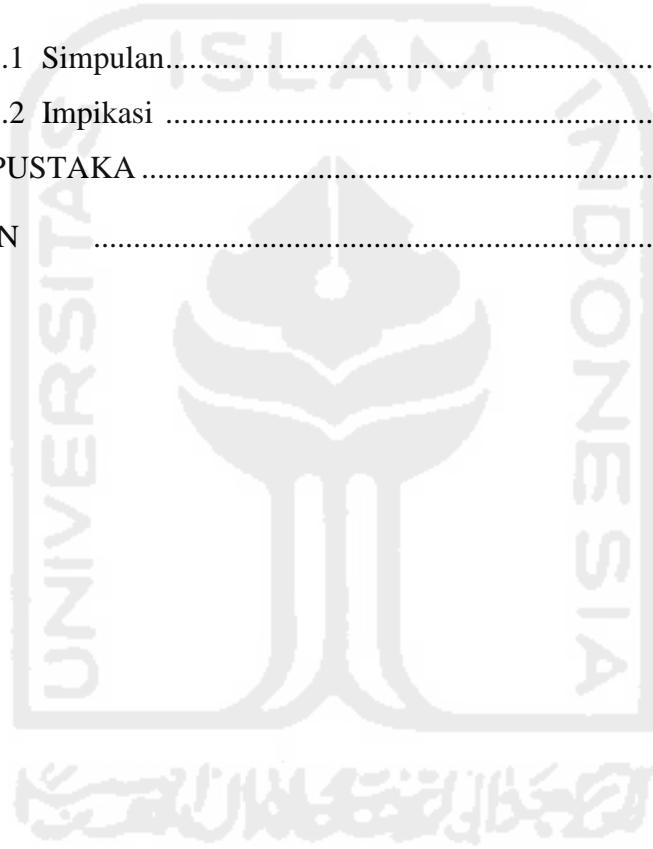
Siti Jamidan

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Berita Acara Ujian Skripsi .....	v
Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Abstrak .....	xiv
<i>Abstract</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Teori <i>internet banking</i> .....	16

2.2.2	<i>Theory Technology Acceptance Model</i> .....	17
2.2.3	<i>Theory of Planned Behaviour</i> .....	19
2.2.4	Teori Minat .....	20
2.2.5	Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	21
2.2.6	Persepsi Manfaat .....	22
2.2.7	Kepercayaan .....	24
2.2.8	Persepsi Sistem Teknologi Informasi .....	26
2.2.9	Motivasi Spiritual.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran .....	30
2.4	Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1	Lokasi Penelitian .....	34
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	35
3.3	Populasi Dan Sampel.....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5	Teknik Pengukuran Data .....	38
3.6	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	38
3.7	Uji Validitas dan Relibialitas .....	40
3.8.	Metode Analisis Kuantitatif .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN ANALISIS</b> .....	<b>45</b>
4.1	Hasil Pengumpulan Data .....	45
4.2	Deskripsi Responden.....	46
4.2.1	Berdasarkan Usia .....	46
4.2.2	Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.2.3	Pendapatan Per Bulan.....	47
4.2.4	Penggunaan Internet Banking /Bulan.....	48
4.2.5	Berdasarkan Penggunaan Bank .....	49
4.3	Uji Validitas dan Realibilitas .....	49

4.3.1 Uji Validitas .....	49
4.3.2 Uji Realibilitas .....	51
4.4 Uji Kebaikan Model .....	52
4.5 Pengujian Hipotesis .....	54
4.6 Pembahasan .....	64
BAB V KESIMPULAN .....	73
5.1 Simpulan .....	73
5.2 Impikasi .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN .....	79



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Kajian Pustaka .....	15
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	39
3.7 <i>Goodness of Fit Index</i> .....	42
4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	46
4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.3 Karakteristik Pendapatan .....	47
4.4 Karakteristik Penggunaan Internet Banking.....	48
4.5 Karakteristik Penggunaan Bank .....	50
4.6 Hasil Uji Validitas .....	50
4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
4.8 Hasil Goodness of Fix Index .....	53
4.9 Regression weights .....	54
4.10 Hasil Pengujian Hipotesis.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Jumlah Penggunaan Internet Banking .....	3
2.1 Kerangka Pemikiran .....	31
2.2 Uji Kelayakan Model.....	52



## ABSTRAK

Penelitian dilatarbelakangi dengan permasalahan jumlah penggunaan *internet banking* yang semakin meningkat. Namun, mahasiswa UII masih jarang menggunakan layanan *internet banking*. Padahal, layanan *internet banking* ini mempermudah dan manfaatnya banyak untuk mahasiswa UII. Selain itu mahasiswa dengan tingkat melek teknologi tetapi masih jarang minat menggunakan *internet banking* tersebut.

Penelitian bertujuan: 1). untuk menganalisis pengaruh motivasi spiritual, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan. 2). untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan menggunakan *internet banking*. 3). Untuk menganalisis persepsi sistem teknologi informasi, persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat. Penelitian menggunakan analisis uji *Structural equation modeling (SEM)* dengan program AMOS 23,0. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa FIAI, FTI dan FE Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dengan latar belakang yang berbeda, sedangkan sampel yang digunakan adalah 160 responden. 50 responden di FIAI, 60 responden di FE, dan 50 responden di FTI dengan menggunakan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi spiritual, persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking*, kepercayaan dan persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat, persepsi sistem teknologi informasi, persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Dikarena objek yang tidak sama semuanya sehingga jawaban dalam kuisioner relative bermacam – bermacam.

Kata Kunci : Persepsi, Kepercayaan, Motivasi Spiritual dan *Internet Banking*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

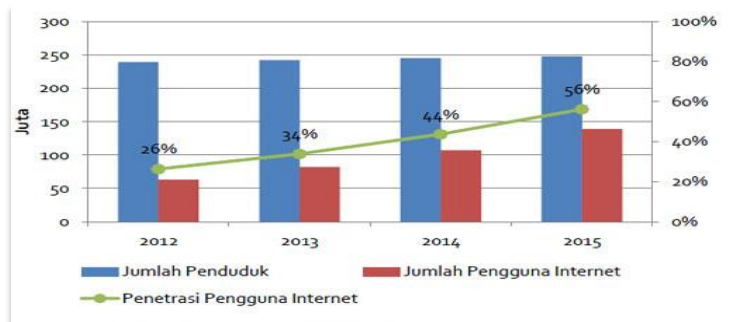
Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting, bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan semua permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaannya. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini memberi dampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga di bidang telekomunikasi, kebanyakan disebabkan karena adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi di dunia perbankan saat ini. Perkembangan teknologi ini semakin hari semakin pesat, akan tetapi apakah kita siap atau tidak dalam mengikuti perkembangan teknologi tersebut (Hikmah, 2012).

Dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong bank untuk mengikuti arus perubahan. Bank mengembangkan layanan - layanannya dengan berbagai cara dan inovasi, seperti slogan layanan yang aman dan terpercaya, tetapi juga dapat memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu layanan yang dimiliki dan dikembangkan oleh perbankan yaitu *internet banking*. *Internet banking*,

pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perbankan antara pihak bank dan nasabah dengan menggunakan media internet dan media elektronik.

Bank menyediakan fasilitas *internet banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. *Internet banking* memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus mengantri di kantor – kantor bank atau ATM. *Internet banking* memudahkan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui *internet* dengan *website* milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat, serta dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, komputer, laptop, dan sebagainya.

Jumlah penggunaan *internet banking* semakin tahun semakin meningkat seperti dijelaskan dalam grafik dibawah ini:



Sumber : *sharingvision*, 2013

Gambar 1.1

### Jumlah Penggunaan *Internet Banking*

Menurut *sharingvision* pada enam bank besar di Indonesia. Pada tahun 2015 jumlah penggunaan *internet banking* mencapai 147 juta. Jadi, perkiraan angkanya akan bertambah terus seiring pertumbuhan *internet banking*. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat dua transaksi yang dilakukan penggunaan internet di Indonesia melalui *internet banking*, Yang pertama adalah informasi saldo sekitar 80,2 % dan yang kedua adalah transfer dana sekitar 63%. Bagi pengguna internet di Indonesia aktivitas *internet banking* ini kebanyakan dilakukan melalui aplikasi *mobile banking* sekitar 56,6 %.

Penelitian tentang minat seseorang dalam penggunaan sistem sudah banyak dilakukan peneliti sebelumnya. Davis et al. (1989) mengemukakan bahwa adanya manfaat yang dirasakan oleh pemakai teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan teknologi informasi. Sedangkan Thompson et al, (1991) menyatakan bahwa keyakinan seseorang akan kegunaan teknologi informasi akan meningkatkan minat mereka dan pada akhirnya individu tersebut akan menggunakan teknologi informasi dalam pekerjaannya.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1988). Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

Persepsi manfaat dapat berupa kemanfaatan dengan estimasi faktor, seperti membuat pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja. Dalam konteks *internet banking*, persepsi manfaat dapat diartikan sebagai manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh nasabah dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya. Oleh karena itu, besarnya manfaat *internet banking* mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan sistem tersebut. (Almuntaha, 2008).

Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya (Morgan dan Hunt, 1994). Karena itu semakin nasabah dapat percaya pada layanan *internet banking* maka semakin sering nasabah akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya semakin nasabah kurang percaya pada layanan *internet banking* maka semakin enggan nasabah untuk menggunakannya.

Abdullah dan Majid (2003) menekankan peranan penting religiusitas dalam membentuk perilaku menabung. Sementara itu,

penelitian yang dilakukan oleh Muafi menunjukkan bahwa motivasi spiritual, yang meliputi motivasi aqidah, motivasi ibadah dan motivasi mu'amalah memiliki pengaruh positif terhadap kinerja religius karyawan di kawasan industri runkut Surabaya. Terdapat kontribusi yang besar tentang pentingnya dimensi spiritual pada psikis seseorang dalam bekerja dan secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan kinerjanya. Di Jepang, terkenal memiliki sikap religiusitas dan etos kerja yang terkenal dengan *Budhisme Zen*. Di Amerika Serikat, sebagian masyarakatnya mulai percayabawa Tuhan adalah kekuatan spiritual yang positif dan aktif. Penelitian yang dilakukan oleh Madlin, sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali terhadap 512 manajer dan pemilik perusahaan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa tingkat religiusitas mempunyai peran penting di dalam membentuk persepsi dan sikap karyawan maupun pemilik bisnis di Amerika Serikat.

Beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa motivasi spiritual seseorang memiliki peranan penting dalam membentuk sikap dan perilaku manusia. Konsep motivasi spiritual ini dapat digunakan secara ekstensif dalam memprediksi perilaku individual yang beragam, seperti etos kerja, sikap kerja, kinerja, perilaku ekonomi dan perilaku menabung. Dengan demikian, konsep motivasi spiritual ini juga dapat digunakan untuk memberikan penjelasan yang lebih *feasible* terhadap perilaku nasabah bank dalam menerima produk jasa berbasis teknologi informasi (TI). Logikanya seseorang yang memiliki motivasi spiritual yang tinggi akan

mempertimbangkan dimensi spiritual dalam menggunakan produk jasa berbasis TI. Dengan demikian, motivasi spiritual diprediksi sebagai variabel yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) menggunakan *internet banking* karena mahasiswa UII tingkat religiusnya lebih tinggi.

Universitas Islam Indonesia (UII) titik tujuan dalam pendidikan tidaklah cukup melalui disiplin-disiplin akademik dalam arti perkuliahan semata, tetapi mahasiswa Universitas Islam Indonesia memiliki visi sebagai rahmatan lil'alam, memiliki komitmen pada kesempurnaan (keunggulan), risalah Islamiyah, di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan dakwah, setingkat universitas yang berkualitas di negara-negara maju.

Dengan Demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa UII. Tidak dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan dalam hal ini termasuk mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa berasal dari luar daerah dan secara rutin akan melakukan transaksi keuangan melalui bank. Selain itu mahasiswa tingkat melek teknologi lebih mampu. Walaupun banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan *internet banking*, fasilitas perbankan ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa. Masih banyak mahasiswa yang belum berniat menggunakan *internet banking* untuk aktivitas sehari-hari. Mereka Hanya menggunakan untuk

cek saldo dan tarik tunai melalui ATM. Keengganan mahasiswa ini dikarenakan takut untuk melakukan transaksi seperti transfer uang melalui *internet banking* atau transaksi lainnya akan mengalami masalah atau kegagalan.

Dari beberapa penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan yang akan menjadi pokok pembahasan yaitu:

1. Apakah motivasi spritual berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*?
4. Apakah persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*?
5. Apakah persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*?

6. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
7. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat menggunakan *internet banking* ?

### **1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi spritual terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*.
5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
6. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.



7. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap persepsi manfaat menggunakan *internet banking*.

### **1.3.2 Kegunaan Peneliti**

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi, bahan pembimbing dan bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut berkaitan dengan model perilaku mahasiswa terhadap penerimaan internet banking.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana menambah wawasan dan pengetahuan serta penerapan ilmu yang sebelumnya sudah diperoleh pada saat kuliah.

### **1.4 Sistematika Penulisan**

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi landasan teori, hubungan antar variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang mendukung penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

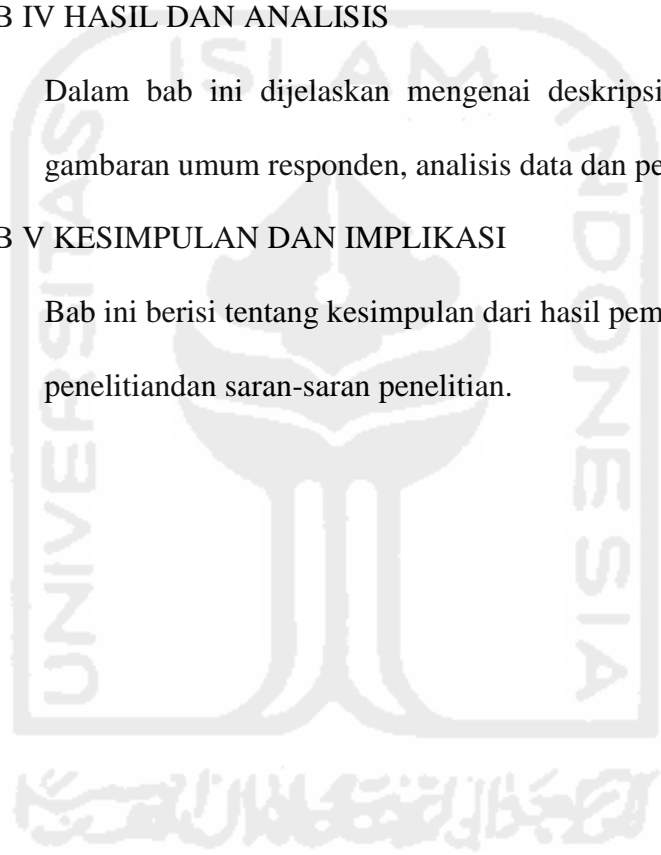
Dalam bab III ini akan diuraikan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

### BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Dalam bab ini dijelaskan mengenai deskripsi obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan pembahasannya.

### BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan penelitiandan saran-saran penelitian.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Pustaka

Amanah (2014) dalam melakukan penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti atas pengaruh kemudahan, resiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Populasi pada penelitian ini adalah para Nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Alat analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh kemudahan, resiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel resiko yang ditujukan para nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta, sedangkan penelitian ini adalah motivasi spiritual, persepsi sistem teknologi informasi, persepsi manfaat yang ditujukan mahasiswa UII. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan minat menggunakan *internet banking*.

Sari (2013) dalam melakukan penelitiannya yang bertujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan dan *computer self efficacy* terhadap Penggunaan *E-banking*. Populasi pada penelitian adalah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Alat analisis regresi berganda dengan uji coba instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu diadakan pengujian persyaratan analisis meliputi uji

normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini adalah persepsi kebermanfaatan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *E-banking*, sedangkan *computer self efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *E-banking*. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel *Computer self efficacy*, sedangkan penelitian ini adalah variabel motivasi spiritual, persepsi sistem teknologi informasi, persepsi kemudahan penggunaan dan minat. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel kepercayaan dan persepsi manfaat serta subjeknya Mahasiswa.

Rahmawaty (2012) dalam melakukan penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui motivasi spiritual, kepercayaan, teknologi informasi, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat berpengaruh terhadap perilaku penerimaan *internet banking*. Subjek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri di Jakarta dan Yogyakarta. Alat analisis menggunakan analisis SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran motivasi spiritual berhubungan positif dan signifikan dengan minat nasabah dalam menggunakan produk *internet banking*, kepercayaan tidak berhubungan dengan minat perilaku penerimaan teknologi informasi, persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dan signifikan dengan kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan berhubungan positif dan signifikan dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan tidak berhubungan dengan minat perilaku penerimaan produk *internet banking*, persepsi manfaat berhubungan

positif dan signifikan dengan minat perilaku penerimaan produk *internet banking* dan minat perilaku berhubungan positif dan signifikan dengan perilaku penggunaan produk *internet banking*. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel perilaku penggunaan teknologi informasi yang ditujukan pada nasabah Bank Syariah Mandiri di Jakarta dan Yogyakarta, sedangkan penelitian ini teknologi informasi yang ditujukan pada mahasiswa UII. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah motivasi spiritual, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kepercayaan dan minat menggunakan *internet banking*.

Silfana (2012) dalam melakukan penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui persepsi resiko, kepercayaan, keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* di Yogyakarta. Subjek penelitian pada Nasabah Bank di kota Bandung.. Alat analisis SEM menggunakan software AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi resiko, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh signifikan kuat terhadap penggunaan *mobile banking*, serta persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh tidak signifikan terhadap pengguna *mobile banking*. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel persepsi resiko dan keamanan yang ditujukan pada nasabah bank di kota Bandung, sedangkan penelitian ini adalah motivasi spiritual, persepsi sistem teknologi informasi yang ditujukan pada mahasiswa UII. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini

adalah variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan

Ming& Chan (2004) dalam melakukan penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, keahlian menggunakan komputer, persepsi resiko dan norma subjektif dan niat terhadap memahami penggunaan *internet banking* di Hongkong. Subjek Penelitian ini adalah Mahasiswa pascasarjana tujuh serikat di Hongkong. Alat analisis SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan kedua subjektif norma dan komputer *self-efficacy* tidak langsung mempengaruhi peran penting dalam mengadopsi *internet banking*, persepsi kemudahan penggunaan signifikan terhadap niat untuk mengadopsi/menggunakan persepsi manfaat tidak signifikan terhadap niat adopsi. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel keahlian menggunakan komputer, persepsi resiko dan norma subjektif sedangkan penelitian ini adalah motivasi spiritual, persepsi sistem teknologi informasi, kepercayaan. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yang ditunjukkan pada mahasiswa

Tabel 2.1  
Ringkasan Kajian Pustaka

Nama	Judul	Hasil
Amanah (2014)	Faktor –faktor yang mempengaruhi minat menggunakan <i>internet banking</i>	Perspsi kemudahn dan kepercayaan signifikan terhadap minat dan persepsi resiko tidak signifikan terhadap minat <i>internet banking</i>
Sari (2013)	Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kepercayaan dan <i>computer self efficacy</i> terhadap penggunaan <i>e-banking</i> pada mahasiswa S1 fakultas ekonomi UNY	Persepsi kebermanfaatan dan kepercayaan signifikan terhadap penggunaan <i>e-banking</i> dan <i>computer self efficacy</i> tidak signifikan terhadap penggunaan <i>e-banking</i> .
Rahmawaty (2012)	Model perilaku penerimaan internet banking di bank syariah:peran motivasi spiritual	Peran motivasi spiritual berhubungan positif dengan minat menggunakan produk <i>internet banking</i> ,kepercayaan tidak signifikan dengan minat, persepsi kemudahan penggunaan signifikan terhadap kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan signifikan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat penggunaan tidak signifikan terhadap minat, dan minat signifikan dengan perilaku penggunaan produk internet banking
Silfana (2012)	Faktor-faktor penentu penggunaan <i>mobile banking</i> di Yogyakarta	Persepsi resiko,kepercayaan dan keaamaan signifikan terhadap pengguna dan persepsi manfaat tidak signifikan terhadap pengguna <i>mobile banking</i> .
Ming dan chan (2004)	Memahami penggunaan <i>internet banking</i> di Hongkong	Subjektif norma dan komputer <i>self efficacy</i> tidak mempengaruhi peran penting dalam mengadopsi <i>internet banking</i> , pesepsi kemudahan penggunaan signifikan terhadap niat, persepsi manfaat tidak signifikan terhadap niat adopsi.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Internet Banking

*Internet banking* merupakan suatu aktivitas transaksi yang berhubungan dengan perbankan, dimana aktivitas tersebut bisa dilakukan di kantor, rumah atau tempat-tempat lainnya dengan menggunakan jaringan internet. Pada dasarnya *internet banking* dibuat guna memudahkan kedua belah pihak, antara nasabah dan pihak bank (www.mandalamaya.com ,diambil 25 Juni 2016).

Menurut Bank Indonesia, *Internet banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *internet banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

- a. *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- b. *Communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.



- c. *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *internet banking* dan melakukan eksekusi transaksi.

Manfaat *internet banking* untuk pihak bank yaitu dengan menyediakan fasilitas *Internet Banking*, bank terbantu dalam hal pengurangan biaya operasional. Keuntungan lainnya adalah dengan menyediakan fasilitas *internet banking* akan menggiring orang-orang untuk menjadi nasabah bank tersebut. Sedangkan manfaat *internet banking* untuk nasabah yaitu dengan menggunakan fasilitas *Internet Banking* sejatinya memberikan keuntungan bagi para nasabah. Manfaat atau keuntungan *internet banking* bagi nasabah tersebut adalah nasabah tidak perlu lagi mengunjungi bank untuk melakukan transaksi perbankan (www.mandalamaya.com, diambil 25 Juni 2016).

Dengan demikian nasabah diuntungkan dalam hal waktu dan biaya. Manfaat lainnya bagi nasabah adalah dapat melakukan transaksi dengan cepat dimana saja dan kapan saja asalkan terhubung ke jaringan internet (www.mandalamaya.com, di ambil 25 Juni 2016).

### **2.2.2 Theory Technology Acceptance Model (TAM)**

*Technology Acceptance Model* merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang

diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis (1986). TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Ajzen (1980).

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi.

Davis et al (1989) mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja” dan menambahkan persepsi atas manfaat untuk diri sendiri (*Perceive Personal Utility*), dimana lebih mengacu pada manfaat yang diperoleh untuk pribadi, sedangkan *Perceive Usefulness* mengacu pada manfaat untuk organisasi. Persepsi atas kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), secara kontras, mengacu pada “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah. Ini mengikuti definisi dari “mudah” (“*ease*”): “*freedom*

*from difficulty or great effort*” atau “tidak memiliki kesulitan atau atau upaya keras.

*Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Peneliti lain menyatakan bahwa faktor sikap (*attitude*) sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen-komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavioral components*). Sedangkan *Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi.

### **2.2.3 Theory of Planned Behaviour**

*Theory of Planned Behaviour* merupakan teori yang mengembangkan dari *Theory of Reasoned Action*. *Theory of Reasoned Action* dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975 yang mana dinyatakan bahwa, *Theory of Reasoned Action* adalah sikap terhadap objek untuk memprediksikan perilaku konsumen pada keinginan dalam melakukan tindakan atau tidak. Dalam *Theory of Reasoned Action* ini menghubungkan antara kepercayaan, sikap dan perilaku. Kepercayaan, sikap dan perilaku ini terjadi pada masa sebelumnya, seperti sikap atau perilaku terbentuk tanpa adanya kepercayaan terhadap objek atau barang yang digunakan.

*Theory of Reasoned Action* terdapat hambatan antara keinginan dan perilaku. Dari teori ini Ajzen mengembangkan atau menambahkan satu variabel yaitu *Perceived Behavior Control*. Bertambahnya satu variabel ini mengubah *theory of reasoned action* menjadi *Theory of Planned Behaviour*.

*Theory of planned behaviour* merupakan persepsi individu dalam mengontrol perilaku yang dilakukan (Ajzen, 2005). *Theory of Planned Behaviour* bertujuan untuk memahami dan memprediksi tingkah laku pada individu berdasarkan perilaku yang merupakan fungsi dari niat untuk melakukan perilaku. Niat ditentukan dari sikap, norma subjektif dan penambahan satu variabel dari perubahan *Theory of Reasoned Action* menjadi *Theory of Planned Behaviour* yaitu *Perceived Behaviour Control* (Ajzen, 2015).

Menurut Ajzen (2015), *Theory of Planned Behaviour* yang ditambahkan satu variabel yaitu *Perceived Behaviour Control*. *Perceived Behaviour Control* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan individu terhadap kemudahan atau kesulitan yang dihadapi untuk melakukan tindakan.

#### **2.2.4 Teori Minat**

Minat perilaku pengguna merupakan bentuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Tingkat pengguna sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut,

misalnya keinginan dalam menambah pendukung, motivasi untuk tetap terus menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

Minat adalah kesadaran seseorang dalam sesuatu obyek seseorang, suatu soal atau situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada terlebih dahulu dapat minat obyek tadi (Witherington, 1999).

Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila kepuasan tersebut telah dirasakan manfaatnya, maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakan. Indikator-indikator minat perilaku, antara lain : Adanya kesadaran nasabah untuk menggunakan *internet banking*, banyaknya layanan transaksi pada *internet banking* dan *internet banking* fleksibel.

### **2.2.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007: 115). Pengguna teknologi mempercayai bahwa TI

yang fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari sistem. Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan sistem yang baru bekerja lebih mudah dibandingkan dengan orang yang bekerja tanpa menggunakan sistem yang lama. Pengguna mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Davis (1989) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain:

- 1) Sistem sangat mudah dipelajari
- 2) Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
- 3) Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem tersebut
- 4) Sistem sangat mudah untuk dioperasikan.

#### **2.2.6 Persepsi Manfaat**

Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan

meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Davis, 1989). Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan internet banking dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Menurut Thompson et al (1991;1994) kemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugasnya. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang dijalankan.

Persepsi manfaat sistem berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut. Davis (1989) membagi dimensi persepsi manfaat menjadi berikut:

- a) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu .
- b) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu.
- c) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu.
- d) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.

Sari (2013) mengemukakan beberapa indikator kemanfaatan antara lain yaitu:

- 1) Pekerjaan lebih mudah.

- 2) Bermanfaat.
- 3) Meningkatkan Produktivitas.
- 4) Mendorong efektivitas.
- 5) Meningkatkan kinerja pekerja

Dengan definisi dan indikator-indikator di atas dapat diartikan bahwa kemanfaatan dari penggunaan internet banking dapat meningkatkan kinerja dan prestasi orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam internet banking merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para pengguna dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Karenanya, tingkat kemanfaatan internet banking mempengaruhi sikap para pengguna dalam mengadopsi teknologi internet banking tersebut.

#### **2.2.7 Kepercayaan**

Mourman (1993) mendefinisikan kepercayaan sebagaimana keinginan menggantungkan diri pada mitra bertukar yang dipercayai. Senada dengan pendapat tersebut. Kepercayaan adalah satu variabel kunci untuk memelihara suatu hubungan jangka panjang, termasuk pada sebuah merk. Hubungan jangka panjang akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap harapan yang akan diterima dari perusahaan, sehingga akan mengurangi kegelisahan konsumen terhadap pelayanan yang diterimanya. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan beberapa manfaat dari adanya kepercayaan :



1. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerjasama dengan rekan perdagangan.
2. Kepercayaan menolak pilihan jangka pendek dan lebih memilih keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan rekan yang ada.
3. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk mendatangkan risiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pasar.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kesediaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan melakukan tindakan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan kata lain, kepercayaan itu akan mengukur apakah seseorang mempercayai pihak lain sebagai pihak yang dapat dipercaya.

Dalam konteks teknologi informasi, konsep kepercayaan dalam penelitian ini adalah kepercayaan pada penyelenggaraan transaksi teknologi internet banking dan kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi teknologi *internet banking* agar kepercayaan konsumen semakin meningkat. Hal ini disebabkan kepercayaan

mempunyai pengaruh besar pada minat dan perilaku konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya.

Indikator-indikator kepercayaan, meliputi: dipercaya, baik tingkat keamanan, menjaga janji dan komitmen, percaya informasi yang tersedia dan benar-benar khawatir. Dengan demikian, jika *internet banking* tersebut dapat dipercaya, baik tingkat keamanannya maupun kerahasiaannya, maka akan mendorong minat para pengguna (nasabah) untuk menerima dan atau menggunakan *internet banking* tersebut. Namun apabila bertransaksi dengan menggunakan *internet banking* tersebut kurang memberikan jaminan kepercayaan, maka para pengguna akan enggan memanfaatkan teknologi *internet banking* tersebut.

#### **2.2.8 Persepsi Teknologi Sistem Informasi**

Menurut Bodnar dan Hopwood (1995) ada tiga hal yang berkaitan dengan penerapan TI berbasis komputer yaitu ;

- a) Perangkat keras.
- b) Perangkat lunak.
- c) Pengguna.

Ketiganya elemen tersebut saling berinteraksi dan dihubungkan dengan suatu perangkat masukan keluaran (*input-output media*), yang sesuai dengan fungsinya masing-masing. Perangkat keras (*Hardware*) adalah media yang digunakan untuk memproses informasi. Perangkat lunak

(*software*) yaitu sistem dan aplikasi yang digunakan untuk memproses masukan (*input*) untuk menjadi informasi, sedangkan pengguna (*brainware*) merupakan hal yang terpenting karena fungsinya sebagai, pengembang *hardware* dan *software*, serta sebagai pelaksanan (*operator*) masukan (*input*) dan sekaligus penerima keluaran (*output*) sebagai pengguna sistem (*user*). Pengguna sistem adalah manusia (*man*) yang secara psikologi memiliki suatu perilaku (*behavior*) tertentu yang melekat pada dirinya, sehingga aspek keprilakuan dalam konteks manusia sebagai pengguna (*brainware*) TI menjadi penting sebagai faktor

Teknologi Informasi adalah suatu studi, perancangan, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, terkhususnya pada aplikasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer. Teknologi informasi memanfaatkan komputer elektronik dan perangkat lunak komputer untuk mengubah, menyimpan, memproses, melindungi, mentransmisikan dan memperoleh informasi secara aman (Sutarman, 2009)

Menurut Sutarman, 2009 teknologi informasi dewasa ini menjadi hal yang sangat penting karena sudah banyak organisasi yang menerapkan teknologi informasi untuk mendukung kegiatan organisasi. Teknologi Informasi diterapkan guna untuk pengelolaan informasi yang pada saat ini menjadi salah satu bagian penting karena :

- 1) Karena meningkatnya kompleksitas dari tugas manajemen.

- 2) Karena pengaruh ekonomi internasional (globalisasi).
- 3) Karena perlunya waktu tanggap (respons time) yang lebih cepat.
- 4) Karena tekanan akibat dari persaingan bisnis.

Tujuan Teknologi Informasi adalah untuk memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan. Jadi dapat dikatakan karena dibutuhkan pemecahan masalah, membuka kreativitas dan efisiensi manusia dalam melakukan pekerjaan, menjadi penyebab atau acuan diciptakannya teknologi informasi. Dengan adanya teknologi informasi membuat pekerjaan manusia menjadi lebih mudah dan efisien (Sutarman, 2009).

Penelitian yang dilakukan oleh Davis et al (1989) menjadikan penggunaan sistem sebagai indikator utama penerimaan penggunaan.

### **2.2.9 Motivasi Spiritual**

Motivasi spiritual adalah motivasi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan agama, yang dilakukan dengan cara ibadah sebagai bentuk kepatuhan kepada Allah. Religiositas dapat didefinisikan sebagai keberagamaan manusia yang pada umumnya bersifat universal dan tidak terbatas (Nazrudin & Madjid, 2013).

Dalam ajaran Islam ditegaskan bahwa tujuan hidup manusia adalah untuk beribadah kepada Allah swt. Sementara itu, motivasi menjadi kunci utama dalam menafsirkan dan melahirkan perbuatan manusia. Dalam

konsep Islam, peranan motivasi ini disebut dengan niat dan ibadah. Niat merupakan pendorong utama manusia untuk berbuat atau beramal, sedangkan ibadah adalah tujuan manusia berbuat atau beramal. Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa kata kunci dalam memahami motivasi adalah dorongan. Dorongan yang diakibatkan oleh kebutuhan itu dapat berbentuk fisik, psikis, bahkan spiritual. Ada 3 (tiga) macam motivasi manusia, yaitu:

1. Motivasi *jismiah* (fisiologis) adalah motivasi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan fisik-biologis, seperti makan, minum, dan pakaian.
2. Motivasi *nafsiah* (psikologis) adalah motivasi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat psikologis, seperti rasa aman, penghargaan, rasa memiliki, dan rasa cinta.
3. Motivasi *ruhaniah* (spiritual) adalah motivasi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat spiritual, seperti aktualisasi diri dan agama.

Naziruddin, 2013 yang mengategorikan motivasi spiritual menjadi 2 (dua) dimensi, yaitu aktualisasi diri (*self-actualization*) dan agama. Karakteristik dimensi agama didasarkan pada konsep aqidah, ibadah dan mu'amalah dengan memberikan prioritas penekanan pada motivasi perilaku konsumsi Islam. Argumentasi yang melatarbelakanginya adalah motivasi dalam bentuk apapun, menurut pemahaman ajaran Islam

tidak dapat menjadi motivasi spiritual jika tidak dilandaskan pada konsep aqidah, ibadah dan mu'amalah.

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan kajian dari landasan teori, maka dapat disusun kerangka pemikiran dalam penelitian seperti gambar di bawah ini:



Keterangan :

→ :Adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, variabel independen terhadap variabel mediasi dan variabel independen melalui variabel mediasi terhadap variabel dependen.

### 2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka dapat merumuskan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Hubungan antara motivasi spiritual dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.

Motivasi spiritual ditujukan kepada mahasiswa yang mana mahasiswa tersebut memiliki pengetahuan agama baik dari pesantren ataupun non pesantren. Latar belakang mahasiswa yang memiliki pengetahuan agama akan mempengaruhi mahasiswa dengan pengetahuannya dalam memahami motivasi spiritual atau tidak yang mana dari pengaruh ini dapat membentuk minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.

**H<sub>1</sub> : Motivasi spiritual berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.**

2. Hubungan antara persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Persepsi manfaat ini ditujukan kepada mahasiswa di mana bahwa kemanfaatan dari penggunaan *internet banking* dapat mempermudah mahasiswa tersebut dalam bertransaksi sehingga dari pengaruh ini dapat membentuk minat mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*.

**H<sub>2</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.**

3. Hubungan antara kepercayaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

Jika *internet banking* tersebut dapat dipercaya oleh mahasiswa baik tingkat keamanannya maupun kerahasiaannya, maka akan mendorong mahasiswa mudah dalam penggunaan untuk menerima dan menggunakan *internet banking* tersebut. Dari pengaruh ini dapat memberi mahasiswa bermanfaat dalam penggunaan *internet banking*.

**H<sub>3</sub> : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat.**

4. Hubungan antara persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Perkembangan sistem teknologi yang semakin canggih sehingga ditujukan kepada mahasiswa karena rata – rata mahasiswa menggunakan handphone yang canggih, memiliki laptop dan tingkat pengetahuan teknologi lebih tinggi dibanding masyarakat awam. Sehingga dengan itu mahasiswa lebih mudah menggunakan *internet banking*, sehingga dari pengaruh tersebut terbentuklah kemudahan penggunaan *internet banking* oleh mahasiswa.

**H<sub>4</sub> : Persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan.**

5. Hubungan antara persepsi teknologi informasi terhadap persepsi manfaat.

Perkembangan sistem teknologi yang semakin canggih sehingga ditujukan kepada mahasiswa karena rata – rata mahasiswa



menggunakan handphone yang canggih dan tingkat pengetahuan sistem teknologi lebih tinggi dibanding masyarakat awam dan lebih muda memanfaatkan sistem teknologi *internet banking* yang ada, sehingga dari pengaruh tersebut terbentuklah persepsi manfaat menggunakan *internet banking* oleh mahasiswa.

**H<sub>5</sub> : Persepsi sistem teknologi informasi  
berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat.**

6. Hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi mahasiswa mudah dalam operasi *internet banking*, kegunaannya juga dapat dilakukan secara otomatis untuk seluruh kegiatan perbankan sehingga dari pengaruh itu terbentuk minat mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*.

**H<sub>6</sub> : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif  
terhadap minat menggunakan *internet banking*.**

7. Hubungan antara persepsi manfaat terhadap persepsi kemudahan penggunaan menggunakan *internet banking*.

Persepsi manfaat mempengaruhi mahasiswa mudah dalam memanfaatkan *internet banking*, kegunaannya juga dapat dilakukan secara otomatis untuk seluruh kegiatan perbankan sehingga dari pengaruh itu terbentuk kemudahan untuk mahasiswa

menggunakan *internet banking* karena manfaat *internet banking* ini mempermudah mahasiswa.

**H<sub>7</sub> : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan dilakukan adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Fakultas FE, FIAI, dan FTI. Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah Condongcatur dan Jalan Kaliurang km 14,5. Alasan untuk memilih objek penelitian ini karena ini lebih spesifik antara lain:

1. Mahasiswa FE karena ingin mengetahui signifikan atau tidak dari tingkat mahasiswa yang umum dalam memilih menggunakan *internet banking*.
2. Mahasiswa FIAI karena ingin mengetahui signifikan atau tidak dari tingkat spiritual dalam memilih menggunakan *internet banking*.
3. Mahasiswa FTI karena ingin mengetahui signifikan atau tidak dari tingkat mahasiswa yang lebih berkonsentrasi atau lebih handal dari tingkat sistem teknologi dalam memilih menggunakan *internet banking*.

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 Maret – 20 April 2016.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

##### 3.2.1 Data primer

Menurut Sugiyono (2010:137) data primer adalah “Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Pengumpulan

data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini auditor eksternal.

Data primer yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner akan diberikan kepada responden dan memperoleh hasil dari kuesioner yang telah diberikan kepada responden sebanyak 160 mahasiswa yang disebarkan di FE, FIAI dan FTI Universitas Islam Indonesia .

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana

$n$ : jumlah populasi

$N$ : jumlah populasi

$e$ : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

### 3.2.1 Data sekunder

Menurut Sugiyono (2010:137), data sekunder adalah “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data sekunder ini diperoleh dari jurnal, surat kabar, dan situs internet yang berkaitan dengan topik penulis yang digunakan.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi yang dijadikan sebagai obyek dalam penulisan ini adalah mahasiswa FE, FIAI, dan FTI UII. Dari populasi tersebut, ini akan diambil sebagai sampel dengan total 160 responden yaitu 60 responden mahasiswa FE, 50 responden mahasiswa FIAI dan 50 responden mahasiswa FTI UII Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sampel yang diambil didasarkan atas ciri – ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya, dengan kata lain unit sampel yang disesuaikan dengan kriteria – kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Sampel yang di ambil mahasiswa FE, FIAI dan FTI UII Yogyakarta yang mana sampel yang diambil secara kebetulan yang dijumpai dari 60 responden di FE, 50 responden di FIAI dan 50 responden di FTI UII Yogyakarta dengan tahun angkatan yang berbeda.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner atau angket

Menurut Sugiyono (2008:199) “Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Pengumpulan data pada kuesioner, ini mengajukan pertanyaan secara tertulis dan menyampaikan pertanyaan kepada

responden yang akan diisi dari pertanyaan yang akan disampaikan atau diuraikan.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah mencermati, mengenali, dan membahas rencana penelitian sesuai teori yang akan digunakan, dan menemukan berbagai variabel dengan hubungannya serta hasil penelitian terdahulu (Hikmah, 2012). Pengumpulan data pada studi pustaka, ini dapat memudahkan bagi peneliti. Pengumpulan data ini biasanya melalui buku, jurnal, majalah, surat kabar, dokumen dan data statistik.

### 3.5 Teknik pengukuran data

Pengukuran data yang digunakan pada penulis untuk menentukan hasil data yang diperoleh dari indikator variabel pada responden dalam bentuk pernyataan yaitu skala likers. Skala likers ini merupakan jenis alat ukur yang ditunjukkan pada responden dalam bentuk pernyataan. Berikut ini adalah nilai skala pengukuran dari pernyataan tersebut:

Sangat setuju	skor 5
Setuju	skor 4
Cukup setuju	skor 3
Tidak setuju	skor 2
Sangat tidak setuju	skor 1

### 3.6 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu di pahami berbagai unsur-unsur yang menjadi

dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel penelitian. Secara rinci operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6  
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator
Minat (Y1)	Minat merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Jogiyanto,2007)	Keinginan, akan tetap menggunakan dimasa depan, dukungan dalam menggunakan <i>internet banking</i> , dan keinginan merekomendasikan <i>internet banking</i>
Persepsi kemudahan penggunaan (M1)	Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. (Davis,1989)	Sistem sangat mudah dipahami, sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh penggunaan, ketrampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem tersebut, dan sistem sangat mudah dipahami
Persepsi manfaat (M2)	Persepsi manfaat merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Davis, 1989)	Pekerjaan lebih muda, bermanfaat, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas,dan meningkatkan kinerja pekerja
Motivasi spiritual (X1)	Motivasi spiritual adalah keberagamaan manusia yang pada umumnya bersifat universal dan tidak terbatas (Amin Abdulah, 1996)	Motivasi ibadah,motivasi muamalah, dan motivasi aqidah

Tabel definisi operasional variabel dilanjutkan dihalaman berikutnya.

Lanjutan tabel definisi operasional variabel sebagai berikut:

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Persepsi sistem teknologi informasi (X2)	Sutarman (2009) mengemukakan Teknologi Informasi adalah suatu studi, perancangan, implementasi, pengembangan, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, terkhususnya pada aplikasi perangkat keras dan perangkat lunak komputer.	Penggunaan sistem
Kepercayaan (X3)	Mourman, Despanda, Zaitaman (1993) mengemukakan kepercayaan sebagaimana keinginan menggantungkan dari pada mitra bertukar yang dipercayai.	Sistem keamanan, dan sistem kerahasiaan

### 3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan tingkat dimana suatu alat pengukur mengukur apa yang seharusnya diukur, untuk mengukur tingkat validitas data adalah dengan koefisien korelasi. Sugiyono (2010) berpendapat bahwa sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pada uji validitas, menunjukkan seluruh butir pertanyaan adalah valid dengan koefisien validitas diatas nilai r-tabel 5% dengan signifikan  $<5\%$  ( $P < 0,005$ ).



Uji validitas dilakukan terhadap seluruh pernyataan yang ada dalam setiap variabel, yaitu untuk mengetahui tingkat kevalidan (kesahan) setiap pernyataan terhadap variabel penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, sering terjadi adanya kesalahan pengukuran yang cukup besar. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Setelah data dikumpulkan, penilaian struktur – strukturnya menggunakan Cronbach's Alpha dari masing – masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach's Alpha antara 0,80 – 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 – 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai cronbach's Alpha kurang dari 0,60 dikategorikan reliabilitasnya kurang baik. (sekarana,1992).

### 3.8. Teknik Analisis Data

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan analisis multivariat *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program komputer Amos versi 23. SEM adalah teknik statistik

multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi, yang bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstraknya ataupun hubungan antar konstruk (Ghozali, hal 3).

Penggunaan program AMOS versi 23 dimaksudkan untuk menguji apakah model yang diestimasi mempunyai kesesuaian yang baik dan apakah terdapat hubungan kausalitas seperti yang dihipotesiskan. Pengujian yang dilakukan meliputi:

a. Analisis kesesuaian model (*Goodness of Fit*)

Model struktural dikategorikan sebagai “*good fit*”, bila memenuhi beberapa persyaratan berikut ini:

Tabel 3.7  
*Goodness Of Fit Index*

<i>Goodness Of Fit Index</i>	<i>CutOff Value</i>
<i>Chi-square (<math>X^2</math>)</i>	Diharapkan kecil
<i>Significance Probability (p)</i>	$\geq 0,05$
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$
<i>TLI</i>	$\geq 0,90$
<i>NFI</i>	$\geq 0,90$

Sumber : Ghozali, hal 66-67

1. Mengukur *Chi-square ( $X^2$ ) statistic*

Nilai *Chi-squares* merupakan ukuran mengenai buruknya fit suatu model (Ghozali, hal 66). Tujuan analisis ini adalah mengembangkan dan menguji sebuah model yang sesuai dengan data.

2. Nilai level probabilitas minimum

Nilai level probabilitas minimum yang disyaratkan adalah 0,1 atau 0,2, tetapi untuk level probabilitas sebesar 0,05 masih diperbolehkan (Ghozali, 66).

3. *The Root Mean Square of Approximation (RMSEA)*

Merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan *statistic chi-squares* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RSMEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima (Ghozali, hal 67).

4. CMIN/DF

Adalah nilai *chi-Square* dibagi dengan *degree of freedom*. Beberapa pengarang menganjurkan menggunakan ratio ukuran ini untuk mengukur fit. Nilai CIMN/DF adalah  $< 2,00$  merupakan ukuran fit (Ghozali, 67)

5. *Goodness of fit index (GFI)*

Merupakan ukuran non – statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (poor fit) sampai 1,0 (perfect fit). Nilai GFI yang nilainya menunjukkan fit yaitu nilai diatas 90% sebagai ukuran fit (Ghozali, hal 67).

6. Adjusted goodness of fit (AGFI)

Merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan ratio *degree of freedom* untuk proposed model dengan

*degree of freedom* untuk null model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau  $> 0,90$  (Ghozali, hal 68).

#### 7. *Normed fit index* (NFI)

Merupakan ukuran perbandingan antara proposed model dan null model. Nilai NFI yang direkomendasikan adalah sama atau  $> 0,90$  (Ghozali, 68)

#### b. Analisis Koefisien Jalur

Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model. Kriteria bahwa jalur yang dianalisis signifikan adalah apabila memiliki nilai C.R. <sup>3</sup> nilai t tabel. Pedoman umum nilai t tabel untuk sampel lebih besar dari 150 dengan level signifikansi 5% adalah  $\pm 1,96$  (Ghozali, 2004).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini membahas tentang data dan hasil penelitian. Berdasarkan teori yang ada, penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut sesuai dengan pokok permasalahan dan formulasi hipotesis yang telah dikemukakan. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang telah digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau gagal ditolak.

Analisis ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu bagian pertama, yaitu hasil pengumpulan data yang menjelaskan mengenai jumlah data yang disiapkan dianalisis. Kedua, deskripsi responden yang menjadi target penelitian. Ketiga, hasil pengujian data yang berkaitan dengan uji validitas dan uji reliabilitas serta pengujian yang berkaitan dengan uji hipotesis.

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data seperti yang telah dijelaskan dalam bab tiga, adalah dengan menggunakan kuisioner. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive sampling*. Dalam hal ini sebagai subjek responden adalah para mahasiswa FE, FIAI, dan FTI UII. Hasil pengumpulan data berupa kuisioner yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat adalah sebagai berikut :

Jumlah kuisioner yang disebarkan ke responden sebanyak 160 (100%). Dari 160 kuisioner yang disebarkan tersebut, 156 (97,5%) diantaranya telah

diisi oleh responden dan dikembalikan kepada penulis, sedangkan sisanya sebanyak 4 (2,5%) tidak dikembalikan kepada penulis. Dari 156 kuisioner yang kembali yang pengisiannya tidak lengkap sebanyak 6 (3,7%) sehingga kuisioner yang memenuhi syarat penelitian ini sebanyak 150 (93,7%).

## 4.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden yang menjadi target penelitian diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, bank yang digunakan responden, pendapatan.

### 4.2.1 Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2  
Karakteristik Berdasarkan  
Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
<20	52	34,6%
21-25	98	65,3%
TOTAL	150	100 %

Sumber : Data Primer

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UII yang menggunakan *internet banking* paling banyak adalah usia 21- - 25 karena di usia tersebut tingkat melek teknologi lebih relatif meningkat sehingga diusia 21 – 25 tahun mahasiswa UII lebih relatif banyak yang menggunakan *internet banking*.

#### 4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
Karakteristik Berdasarkan Responden  
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – Laki	79	52,6 %
Perempuan	71	47,3 %
TOTAL	150	100 %

Sumber : Data Primer.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UII yang menggunakan *internet banking* paling banyak adalah Laki– Laki. Dikarenakan laki – laki lebih memilih yang instan, cepat dan mudah. Sehingga tidak perlu ke bank mempermudah mahasiswa UII untuk melakukan transaksi.

#### 4.2.3 Pendapatan Per Bulan

Pendapatan per bulan merupakan rata – rata uang saku mahasiswa UII per bulan. Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan pendapatan per bulan pada 150 responden, diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel 4.4  
Karakteristik Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp. 559.000,00	15	10 %
Rp. 600.000,00 – Rp.1.000.000,00	98	65,3 %
> Rp1.000.000,00	37	24,6 %
TOTAL	150	100 %

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, sebanyak 98 responden atau 65,3 % adalah responden dengan pendapatan Rp. 600.000,00 – Rp 1.000.000, yang paling banyak dikarena mahasiswa yang pendapatan tersebut transaksi penggunaan lebih banyak seperti membayar pembelian online, pengisian pulsa dan lain – lainnya.

#### 4.2.4 Penggunaan *Internet Banking* Per Bulan

Pengumpulan data melalui kuisoner berdasarkan rata – rata mahasiswa menggunakan *internet banking* per bulan sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Karakteristik Penggunaan  
*Internet Banking* Per Bulan

Lama menggunakan IB	Jumlah	Persentase (%)
< 3 Kali	30	20 %
4 – 6 Kali	99	66 %
7- 10 Kali	15	10 %
> 10 Kali	6	4 %
TOTAL	150	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner, dari 150 responden ternyata sebanyak 99 responden atau 66 % adalah responden yang menggunakan *internet banking* sebanyak 4 – 6 kali dalam sebulan. Dikarena mahasiswa



menggunakan untuk melakukan transaksi seperti mengecek saldo, transfer uang, dan lain - lain.

#### 4.2.5 Berdasarkan Bank Yang Digunakan

Pengumpulan data melalui kuisioner berdasarkan bank yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6  
Karakteristik Berdasarkan  
Bank Yang Digunakan

Jenis Bank	Jumlah	Persentase (%)
Mandiri Syaiah	66	44%
BNI Syariah	42	28%
BRI Syariah	25	16,6%
Muamalat	17	11,3%
Jumlah	150	100%

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan Bank Mandiri Syariah dan BNI Syariah paling banyak. Dikarena jarak BMS dan BNI Syariah yang paling terjangkau oleh mahasiswa UII sehingga lebih banyak yang menggunakan BMS dan BNI Syariah, sedangkan BRI Syaiah dan muamalat paling sedikit dikarena jarak bank yang tidak mudah dijangkau oleh mahasiswa UII.

### 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat validitas atau kesahihan suatu instrumen. Pada penelitian ini alat uji menggunakan SPSS 23,00. Untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen digunakan rumus *Korelasi item–total* yaitu konsistensi antar

skor item dengan skor secara keseluruhan yang dapat dilihat dari besarnya koefisien korelasi antara setiap item dengan skor keseluruhan. Pertanyaan valid adalah yang mempunyai Corrected Item-Total Correlation nilai  $r$  table < $r$  hitung atau  $r$  hitung >  $r$  table.

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1	211,1500	589,757	,525	,731
M2	211,1000	591,583	,544	,732
M3	211,3500	596,096	,428	,734
M4	211,4333	599,233	,356	,736
M5	211,3667	593,253	,564	,733
PB1	210,9833	591,542	,615	,732
PB2	211,3667	602,440	,264	,738
PB3	211,2000	597,180	,396	,735
PB4	211,2000	594,027	,481	,733
PB5	211,1667	593,226	,522	,733
MS1	211,2167	589,156	,581	,731
MS2	210,8500	596,604	,492	,734
MS3	211,4167	596,451	,435	,734
MS4	211,7833	595,732	,416	,734
PKP1	210,9167	594,857	,474	,734
PKPK2	211,1000	591,583	,544	,732
PKP3	210,8833	590,478	,572	,731
PKP4	210,8500	596,604	,492	,734
PKP5	210,9500	595,404	,458	,734
K1	211,2667	598,809	,326	,736
K2	211,1500	589,757	,525	,731
K3	211,2000	595,451	,447	,734
K4	211,2833	596,342	,431	,734
PKS1	211,2167	589,156	,581	,731
PKS2	211,2833	580,884	,714	,727
PKS3	211,1500	593,147	,516	,733
PKS4	211,2500	592,564	,518	,732
PKS5	211,3333	597,887	,408	,735
TOTAL	107,5167	153,779	1,000	,895

Seperti dikemukakan diatas di dapatkan nilai valid dari table *Item-Total Statistics* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Dimana setiap nilai pada kolom ini dibandingkan dengan nilai r pada tabel r dengan derajat bebas n-2 dimana jumlah responden sejumlah 60, sehingga nilai yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel r dengan derajat bebas 58 dan diperoleh nilai 0,2542. Yang dibandingkan adalah nilai *Corrected Item-Total Correlation*. Semua pertanyaan valid karena mempunyai *Corrected Item-Total Correlation* di atas nilai r tabel < r hitung atau r hitung > r tabel.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Penelitian melakukan uji reliabilitas dengan menghitung *cronbach's alpha*. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

Tabel 4.7  
Uji Realibilitas

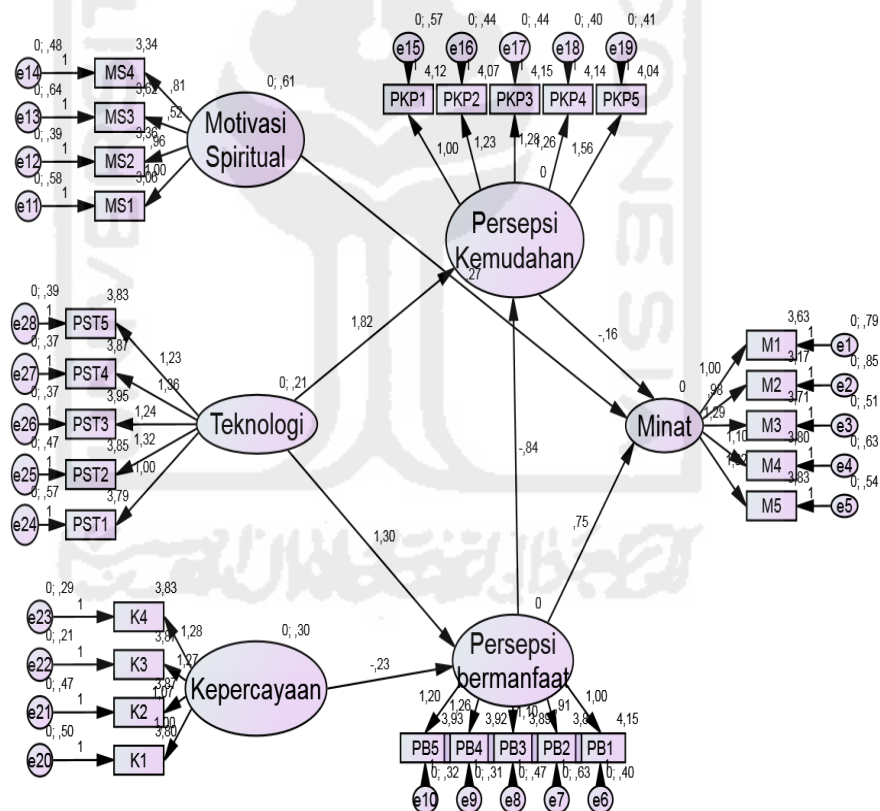
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,741	29

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur masing – masing variabel penelitian

dapat diandalkan atau reliable karena memiliki nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,741.

#### 4.4. Uji Kebaikan Model

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*goodness of fit*) digunakan: *Absolut Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (pengukuran tambah indeks). Uji kebaikan model ini menggunakan software Amos versi 23,00. Berikut ini gambar *goodness Of Fit Index* yang dihasilkan setelah pengujian :



Gambar 2.2

Uji Kebaikan Model

Berikut ini hasil *Goodness of Fit Index* sebagai berikut:

Tabel 4.8

*Goodness Of Fit Index*

<b><i>Goodness Of Fit Index</i></b>	<b>Hasil</b>	<b><i>Cut Off Value</i></b>	<b>Evaluasi Model</b>
<b><i>Absolute Fit Measured</i></b>			
<i>Likelihood Chi Square</i>	912,6	>0,05	SangatBuruk
Probability	0,000	>0,05	Buruk
CMIN/DF	2,637	< 2	Sangat buruk
RMSEA	0,104	<0,05	Buruk
<b><i>Incremental Fit Measured</i></b>			
TLI	0,678	>0,90	SangatBuruk
NFI	0,604	>0,90	SangatBuruk
<b><i>Parsimonious Fit Measured</i></b>			
PNFI	0,553	> 90	SangatBuruk

Dari hasil pengukuran *Goodness of Fit Index* di atas, dapat disimpulkan bahwa besarnya *Absolut Fit Measured* yang diukur dengan *likelihood chi square*, probability, CMIN/DF dan RMSEA diperoleh nilai yang tidak memenuhi kriteria (*cut off value*). Besarnya *Incremental Fit Measured* yang diukur menggunakan TLI, dan NFI juga diperoleh nilai yang tidak memenuhi kriteria (*cut off value*) yang diharapkan. Begitu pula dengan nilai *Parsimonious Fit Measured* yang diukur dengan menggunakan PNFI, nilainya tidak memenuhi kriteria (*cut off value*).

Dari keterangan tersebut, menunjukkan bahwa secara keseluruhan model dapat dinyatakan tidak fit.

#### 4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS versi 23. Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model dan *standardized regression weight* yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9  
Regression Weights:  
(Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_bermanfaat	<--	Teknologi	1,2950953	,2167104	5,9761558	***	par_25
Persepsi_bermanfaat	<--	Kepercayaan	-,2330803	,0680673	-3,4242630	***	par_27
Persepsi_Kemudahan	<--	Teknologi	1,8208263	,6049428	3,0099148	,0026132	par_24
Persepsi_Kemudahan	<--	Persepsi_bermanfaat	-,8403758	,3768652	-2,2299107	,0257534	par_28
Minat	<--	Persepsi_bermanfaat	,7501980	,1735941	4,3215646	***	par_23
Minat	<--	Persepsi_Kemudahan	-,1626404	,1997499	-,8142201	,4155189	par_26
Minat	<--	Motivasi_Spiritual	,2730893	,0643241	4,2455206	***	par_29

##### 4.5.1 Pengujian H1

H1 : Motivasi spiritual berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HO1 : Motivasi spiritual tidak mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HA1 : Motivasi spiritual mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 1 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh motivasi spiritual terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,273 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel motivasi spiritual terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang merepresentasikan hubungan positif motivasi spiritual dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi tingkat motivasi spiritual yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Anita (2012) yang membuktikan bahwa motivasi spiritual berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet*

*banking* karena tingkat motivasi spiritual dilatarbelakangi adanya ilmu agama.

#### 4.5.2 Pengujian Pengujian H2

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HO2 : Persepsi manfaat tidak mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*

HA2 : Persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 2 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 0,750 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang merepresentasikan hubungan positif persepsi manfaat dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan



*internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Sari (2013) yang membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet banking* karena tingkat manfaat menggunakan *internet banking* itu banyak. Seperti membuat pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja.

#### 4.5.3 Pengujian H3

H3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

HO3 : Kepercayaan tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat.

HA3 : Kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 3 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh kepercayaan terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = -0,233 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel kepercayaan terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang merepresentasikan hubungan positif variabel kepercayaan dengan persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Sari (2013) yang membuktikan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan internet banking karena tingkat kepercayaan menggunakan internet banking itu banyak. Seperti dipercaya baik tingkat keamanan maupun kerahasiaannya.

#### 4.5.4 Pengujian 4

H4 : Persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

HO4 : Persepsi sistem teknologi informasi tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

HA4 : Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 4 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,002, dengan kata lain nilai probabilitas ( $P$ ) > 0,001 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan

penggunaan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 1,820, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi kemudahan penggunaan adalah negatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 gagal diterima atau berhasil ditolak, artinya terdapat hubungan negatif antara persepsi sistem teknologi informasi dengan persepsi kemudahan penggunaan. Dari penjelasan di atas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya sistem teknologi informasi *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa sistem tersebut memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang merepresentasikan hubungan negatif variabel sistem teknologi informasi dengan persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*, tidak terdukung. Artinya hasil ini tidak mendukung penelitian Almunataha (2008) yang membuktikan variabel teknologi mengakses *internet banking* berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan penggunaan *internet banking*.

#### 4.5.5 Pengujian 5

H5 : Persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh terhadap persepsi manfaat.

HO5 : Persepsi sistem teknologi informasi tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat.

HA5 : Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan

positif terhadap persepsimanfaat.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 5 diperoleh probabilitas yang sangat signifikan ditandai dengan adanya tanda bintang, dengan kata lain probabilitas lebih kecil dari 0,001 yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan internet banking diperoleh koefisien jalur (*standardized regression weight estimate*) = 1,295 hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi sistem teknologi informasi terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking* adalah positif.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 yang merepresentasikan hubungan positif variabel persepsi sistem teknologi informasi dengan persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*, terdukung. Artinya semakin tinggi tingkat sistem teknologi informasi internet banking yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan internet banking, maka mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan internet banking, begitu juga sebaliknya. Hasil ini mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel sistem teknologi informasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Artinya semakin nasabah mengikuti perkembangan teknologi *internet banking*, nasabah semakin merasakan manfaat dari *internet banking*, begitu pun sebaliknya.

#### 4.5.6 Pengujian 6

H6 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HO6 : Persepsi kemudahan penggunaan tidak mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

HA6 : Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Uji signifikansi terhadap hipotesis 6 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,415 , dengan kata lain nilai probabilitas (P) > 0,001 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (standardized regression weight estimate) = - 0,162, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *internet banking* adalah negatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 gagal diterima atau berhasil ditolak, artinya terdapat hubungan negatif antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa kemudahan tersebut memberi minat mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 yang merepresentasikan hubungan negatif variabel persepsi kemudahan

penggunaan dengan minat mahasiswa menggunakan *internet banking*, tidak terdukung. Artinya hasil ini tidak mendukung penelitian Amanah (2014) yang membuktikan variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

#### 4.5.7 Pengujian 7

H7 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan

HO7 : Persepsi manfaat tidak mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan

HA7 : Persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan

Uji signifikansi terhadap hipotesis 7 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,025 , dengan kata lain nilai probabilitas (P) > 0,001 yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 1%. Hasil estimasi pengaruh persepsi manfaat terhadap persepsi kemudahan penggunaan *internet banking* diperoleh koefisien jalur (standardized regression weight estimate) = -0,840, hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel persepsi manfaat terhadap persepsi kemudahan penggunaan adalah negatif.

Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 gagal diterima atau berhasil ditolak, artinya terdapat hubungan negatif antara persepsi manfaat dengan persepsi kemudahan penggunaan. Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan

bahwa bermanfaat dalam memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa pada saat menggunakan *internet banking*.

Dari data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 yang merepresentasikan hubungan negatif variabel persepsi manfaat dengan persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa menggunakan *internet banking*, tidak terdukung. Artinya hasil ini tidak mendukung penelitian Almontaha (2008) yang membuktikan variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan penggunaan *internet banking*.

Tabel 4.10  
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H1 : <i>Motivasi spritual</i> mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i>	Terbukti
H2 :Persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i>	Terbukti
H3 :Kepercayaan mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaaat	Terbukti
H4: Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan	Tidak terbukti
H5 :Persepsi sistem teknologi informasi mempunyai hubungan positif terhadap persepsi manfaat	Terbukti
H6 :Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai hubungan negatif terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i>	Tidak terbukti
H7 :Persepsi manfaat mempunyai hubungan negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan	Tidak terbukti

#### 4.6 Pembahasan

Hasil olah data dengan menggunakan *AMOS 23* dan di analisis, maka ada beberapa yang dapat dikaji dari hasil tersebut berdasarkan hipotesis yang ada yaitu: motivasi spiritual, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Kepercayaan, persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Persepsi sistem teknologi informasi, persepsi manfaat berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi minat menggunakan *internet banking*.

Di bawah ini adalah pembahasan dari hasil analisis data pada setiap variabel yang mempengaruhinya adalah sebagai berikut:

1. Motivasi spiritual (X1) berpengaruh terhadap minat (Y) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan hasil analisis data, motivasi spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Berarti semakin tinggi tingkat motivasi yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka semakin terdorong mahasiswa untuk menggunakan *internet banking*, begitu juga sebaliknya.

Motivasi spiritual merupakan salah satu latarbelakang dari minat mahasiswa UII dalam menggunakan *internet banking* karena di mana mahasiswa UII dilatarbelakangi mahasiswa dari segi religius yang tinggi



dan rata-rata beragama Islam. Sehingga mahasiswa dari tingkat spiritual lebih tinggi akan lebih pandai dalam memilih menggunakan *internet banking*.

Hasil ini mendukung penelitian Rahmawaty (2012) yang membuktikan bahwa motivasi spiritual berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *internet banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet banking* karena tingkat motivasi spiritual yang dilatarbelakangi adanya ilmu agama

2. Persepsi manfaat (M2) berpengaruh terhadap minat (Y) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uji hipotesis terbukti bahwa persepsi manfaat mempunyai hubungan positif terhadap minat menggunakan *internet banking*. Terciptanya suatu sikap mahasiswa untuk tetap menggunakan *internet banking* tergantung pada manfaat yang diberikan, sehingga mahasiswa merasa *internet banking* bermanfaat dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Serta mahasiswa percaya bahwa penggunaan *internet banking* akan membawa manfaat seperti peningkatan prestasi kerja mereka. Ini berarti bank melakukan keputusan yang tepat untuk menyediakan fasilitas *internet banking*. *Internet banking* memberi banyak manfaat bagi mahasiswa. Mahasiswa yang dulu harus meluangkan waktu datang ke bank untuk menjalani prosedur bertahap dan mengantri, saat ini dapat melakukan tugas perbankan dengan lebih cepat, sehingga menghemat waktu. Melakukan tugas perbankan kini

dapat dilakukan lebih cepat sehingga dapat mengerjakan tugas lainnya, hal ini tentu meningkatkan kinerja dan produktifitas sehingga bermanfaat bagi mahasiswa. Sikap yang dilakukan oleh mahasiswa dalam penggunaan internet banking adalah suatu bentuk rasa membutuhkan suatu sistem yang lebih personal, sehingga jika suatu sistem sudah memenuhi kebutuhan mahasiswa, maka mahasiswa secara otomatis akan tetap menggunakan fasilitas tersebut.

Hasil ini mendukung penelitian Sari (2013) yang membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan internet banking karena tingkat manfaat menggunakan *internet banking* itu banyak. Seperti membuat pekerjaan lebih mudah, meningkatkan produktivitas, mendorong efektivitas, dan meningkatkan kinerja.

3. Kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (M2) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uji hipotesis terbukti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Jika *internet banking* tersebut dapat dipercaya oleh mahasiswa baik tingkat keamanannya maupun kerahasiaannya, maka akan mendorong mahasiswa mudah dalam penggunaan untuk menerima dan menggunakan *internet banking* tersebut. Dari pengaruhi ini dapat memberi mahasiswa bermanfaat dalam penggunaan *internet banking*. Ini berarti bank melakukan keputusan yang tepat untuk menyediakan fasilitas *internet banking*. *Internet banking*

memberi banyak kepercayaan bagi mahasiswa. Seperti dapat dipercaya baik tingkat keamanan maupun kerahasiaannya sehingga bermanfaat bagi mahasiswa. Sikap yang dilakukan oleh mahasiswa dalam penggunaan *internet banking* adalah suatu bentuk rasa kepercayaan *kepada internet banking* bahwa dengan menggunakan *internet banking* memberi manfaat.

Dari temuan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap persepsi manfaat yang secara tidak langsung mempengaruhi minat menggunakan *internet banking*. Sehingga, hasil ini mendukung penelitian Repita (2013) yang membuktikan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-banking*. Ini menandakan bahwa mahasiswa memilih menggunakan *internet banking* karena tingkat kepercayaan dan manfaat menggunakan *internet banking* itu banyak. Seperti dipercaya baik tingkat keamanan maupun kerahasiaannya.

4. Persepsi sistem teknologi informasi (X2) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (M1).

Berdasarkan uji hipotesis tidak terbukti bahwa persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Perkembangan sistem teknologi yang semakin canggih sehingga ditujukan kepada mahasiswa karena rata – rata mahasiswa menggunakan handphone yang canggih, memiliki laptop dan tingkat pengetahuan teknologi lebih tinggi dibanding masyarakat

awam. Sehingga dengan itu mahasiswa lebih mudah menggunakan *internet banking*, dari pengaruh tersebut terbentuk lah kemudahan penggunaan *internet banking* oleh mahasiswa.

Mudah atau tidaknya sistem teknologi informasi *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa sistem tersebut memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*. Buktinya dalam penelitian ini, persepsi sistem teknologi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan.

Hasil ini tidak mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel teknologi mengakses *internet banking* berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan *internet banking*.

5. Persepsi sistem teknologi informasi (X2) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (M2) menggunakan *internet banking*

Berdasarkan uji hipotesis terbukti bahwa persepsi sistem teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat. Semakin tinggi tingkat sistem teknologi informasi *internet banking* yang dirasakan oleh mahasiswa saat menggunakan *internet banking*, maka mahasiswa semakin terdorong untuk memanfaatkan dalam menggunakan *internet banking*. Ini berarti suatu sikap penggunaan *internet banking* yang dipengaruhi oleh manfaat dari teknologi ini akan membawa dampak positif pada layanan *internet banking*, dimana layanan *internet banking* adalah wujud nyata bagaimana mahasiswa percaya manfaat dalam menggunakan *internet banking* sebagai suatu

keharusan. Adanya suatu sikap positif mahasiswa yang yakin dan percaya bahwa *internet banking* adalah fasilitas yang perlu.

Hasil ini mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel sistem teknologi informasi berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat mahasiswa menggunakan *internet banking*. Artinya semakin nasabah mengikuti perkembangan teknologi *internet banking*, nasabah semakin merasakan manfaat dari *internet banking*, begitu pun sebaliknya.

6. Persepsi kemudahan penggunaan (M1) berpengaruh terhadap minat (Y) menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uji hipotesis tidak terbukti bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Ini berarti suatu sikap penggunaan *internet banking* yang dipengaruhi oleh minat mahasiswa menggunakan *internet banking* akan membawa dampak negatif pada layanan *internet banking*. *Internet banking* adalah wujud nyata bagaimana mahasiswa percaya mudah dalam menggunakan *internet banking* sebagai keharusan. Namun tidak selamanya kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat. Sedangkan dalam penelitian ini kemudahan penggunaan berpengaruh negatif mahasiswa dalam minat menggunakan *internet banking* karena bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa kemudahan tersebut memberi minat mahasiswa dalam menggunakan *internet banking*.

Hasil ini tidak mendukung penelitian Ahsiyah (2014) yang membuktikan variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*

7. Persepsi manfaat (M2) berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (M1)

Berdasarkan uji hipotesis tidak terbukti persepsi manfaat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat mempengaruhi mahasiswa mudah dalam memanfaatkan *internet banking*, kegunaannya juga dapat dilakukan secara otomatis untuk seluruh kegiatan perbankan sehingga dari pengaruh itu terbentuk kemudahan untuk mahasiswa menggunakan *internet banking* karena manfaat *internet banking* ini mempermudah mahasiswa.

Dari penjelasan diatas dapat diartikan bahwa mudah atau tidaknya *internet banking* tidak dipersepsikan bahwa manfaat dalam memberi kemudahan atau tidak terhadap mahasiswa pada saat menggunakan *internet banking*. Dari temuan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh tujuan penggunaan yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sistem. Sehingga, hasil ini tidak mendukung penelitian Eska (2008) yang membuktikan variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*.

Dari uraian analisis di atas, diketahui bahwa dari hasil penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang tidak terbukti, yaitu hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan *internet banking*, hubungan antara persepsi manfaat dengan kemudahan penggunaan, hubungan antara persepsi sistem teknologi informasi dengan persepsi kemudahan penggunaan.

Dari temuan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh tujuan penggunaan yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sistem. Dalam penelitian ini, minat menggunakan *internet banking* hanya dipengaruhi oleh motivasi spiritual dan persepsi manfaat, sedangkan kepercayaan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, dan persepsi sistem teknologi informasi dipengaruhi oleh persepsi bermanfaat.

Dari uraian di atas, mengindikasikan bahwa *internet banking* belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa UII. *Internet banking* adalah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk mempermudah nasabah yang mempunyai kesibukan dan mobilitas tinggi. Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, ketidaksesuaian hipotesis dan hasil pengolahan data mungkin disebabkan oleh latar pendidikan, tujuan penggunaan *internet banking* dan bank yang digunakan oleh responden sehingga responden mempunyai pandangan yang berbeda dalam penggunaan *internet banking*. Selain itu,

sampel yang diambil dalam penelitian ini mungkin masih kurang, sehingga belum dapat mewakili populasi yang ada.





## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 150 responden yang merupakan Mahasiswa UII yang menggunakan fasilitas *internet banking* di UII. Dalam penelitian ini terdapat 7 hipotesis yang diujikan menggunakan program *AMOS versi 23*. Dari ketujuh hipotesis tersebut terdapat tiga hipotesis yang tidak terbukti, yaitu hipotesis 4, 6, dan 7. Sedangkan empat hipotesis lainnya terbukti dan terdukung oleh data.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi spiritual berhubungan positif dan signifikan dengan minat menggunakan *internet banking*.
2. Persepsi manfaat berhubungan positif dan signifikan dengan minat menggunakan *internet banking*.
3. Kepercayaan berhubungan positif dan signifikan dengan persepsi manfaat menggunakan *internet banking*.
4. Persepsi sistem teknologi informasi berhubungan negatif dan tidak signifikan dengan persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*.

5. Persepsi sistem teknologi informasi berhubungan positif dan signifikan dengan persepsi manfaat menggunakan *internet banking*.
6. Persepsi kemudahan berhubungan negatif dan tidak signifikan dengan minat menggunakan *internet banking*.
7. Persepsi manfaat berhubungan negatif dan tidak signifikan dengan persepsi kemudahan penggunaan *internet banking*.

## 5.2 Implikasi

Tidak terdukungnya tiga hipotesis mungkin disebabkan oleh keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang hanya menggambarkan persepsi atau pendapat para responden (Mahasiswa UII khususnya FE, FIAI dan FTI) terhadap *internet banking*. Skala pengukuran yang digunakan merupakan skala interval berupa rating, sehingga tidak menunjukkan ukuran yang sesungguhnya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data skunder yang diambil langsung dari pihak bank.

Selain itu, penggunaan structural equation model (SEM) menggunakan program AMOS bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian dan melihat ketepatan (model fit) sehingga model tersebut dapat dinilai model yang baik untuk diteliti. Namun model penelitian yang digambarkan penelitian ini belum fit karena kriteria-kriterianya tidak memenuhi syarat. Peneliti juga belum mampu untuk mengajukan

model pembandingan yang lebih baik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas di Mahasiswa UII, sehingga mungkin belum dapat mewakili populasi yang ada. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I & Driver, B.L.(2001), "Prediction of Leisure Participation from Behavioral, Normative, and Control Beliefs: An application of The Theory of Planned Behavior". *International Journal Management Leisure Sciences*. 13, 185-204.
- \_\_\_\_\_. "The Theory of Planned Behavior".  
Organizational Behavior and Human Decision Processes, *International Journal Management* 50,179-211.
- \_\_\_\_\_. Attitude, Personality, and Behavior Second Edition. USA: Open University Press.
- \_\_\_\_\_. "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions". *Rivista di Economia Agraria, International Journal Management* 70(2),121-138.
- Amanah, A. (2014). "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Internet Banking". *Skripsi Sarjana* (Tidak dipublikasikan) Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Almuntaha, E. (2008). "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi". *Skripsi Sarjana* (Tidak dipublikasikan), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Davis, F.D. (1993) "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts", *International Journal Management Machine Studies*, 38, 475-487.
- \_\_\_\_\_. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *International Journal Management MIS Quarterly*, 13, 319-339.

- \_\_\_\_\_ “User Acceptance of Computer Technology:  
A Comparison of Two Theoretical Models”, *International Journal  
ManagementScience*, 35, 982-1003.
- \_\_\_\_\_ Technology Acceptance Model, Diambil 25 Juni 2016,  
dari <http://www.wordpress.com>.
- \_\_\_\_\_ “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User  
Acceptance of Information Technology”, *International Journal  
Management Informasi System*, Volume XII, No.3,319-340
- Bodnar & Hopwood (1995) Pengertian Teknologi Informasi. Diambil 25 juni  
2016, dari <http://www.dosenpendidikan.com>
- Dosen Pendidikan (2012). Pengertian Teknologi Informasi. Diambil 25 juni  
2016, dari <http://www.dosenpendidikan.com>.
- Freezcha Wordpress (2010). Technology Acceptance Model. Diambil 25 juni  
2016, dari <http://freezcha.wordpress.com>.
- Heri sudarsono (1998). Pengertian Minat . Diambil 25 juni 2016  
<http://www.sarjanaku.com>
- Hikmah, N.S. (2012) “Faktor – Faktor Yang Penentu Penggunaan Mobile  
Banking Di Yogyakarta”, *Skripsi Sarjana* (Tidak Dipublikasi), Fakultas  
Ekonomi , Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Imam Ghozali. (2004) Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi  
Amos 22,0 : Universitas Diponegoro Semarang.
- Internet Sehat. (2014). Profil Penggunaan Internet Indonesia . Diambil 25  
Juni 2016, dari <http://www.slideshare.com>.
- Kerkahadi, (2007). Sistem Informasi, Diambil 26 juni 2016,  
dari <http://www.dosenit.com>
- Mandala, (2012). Pengertian Internet Banking. Diambil 25 juni 2016,  
dari <http://www.mandalamaya.com>.
- Ming. L. & Chan ,S.C. (2004). “Understanding Internet Banking Adoption  
And Use Behavior A Hongkong Perspective”, *Jurnal Of Global  
Information Management*, No.21 – 42.
- Mourman. (1993). Pengertian Kepercayaan, Diambil 26 Juni 2016,

dari <http://www.etalasepstaka.com>

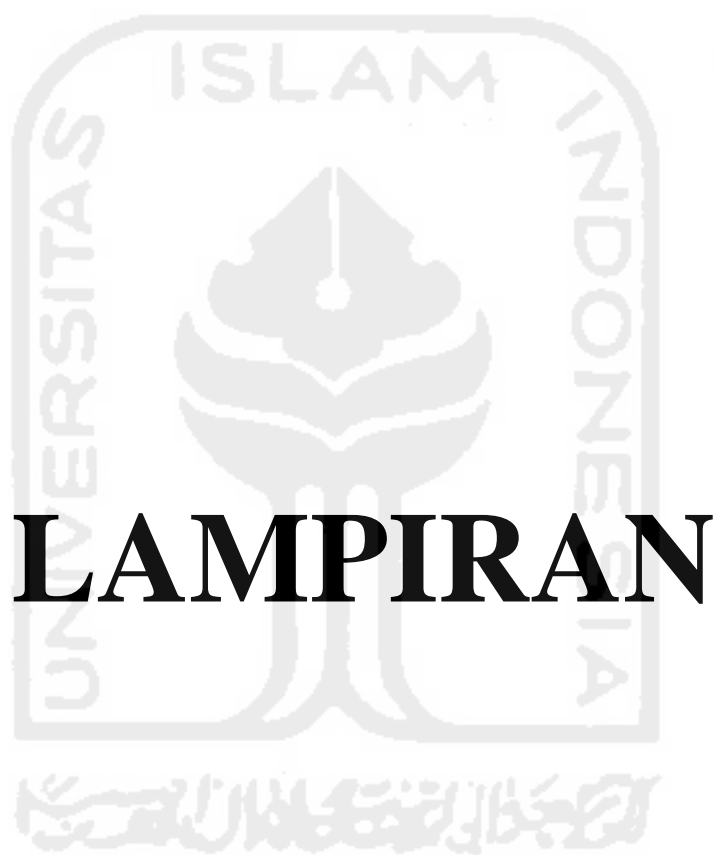
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. 1994. The Commitment- Trust Theory of Relationship Marketing. *Jurnal of Marketing* Vol. 58, July, pp. 20-38.
- Muafi. (2003). “Pengaruh Motivasi Spiritual Karyawan Terhadap Kinerja Relegius Studi Empiris di Kawasan Industri Rungkut Surabaya (SIER)”, *Jurnal manajemen*, FE UII. Yogyakarta.
- Naziruddin Abdullah dan M. Shabri Abdul Madjid, (2003) “The Influence of Religiosity, Income and Consumption on Saving Behavior: the Case of *Jurnal International Islamic University Malaysia (IIUM)*”, *Iqtisad*, Vol. 4, No. 1
- Psikologi (2014). Teori Sikap Dan Perilaku Menurut Para Ahli. Diambil dari, <http://www.psiologiku.com>.
- Rahmawati, A. (2012). “Model Perilaku Penerimaan Internet Banking Di Bank Syariah: Peran Motivasi spiritual”, *Tesis Pascasarjana (Tidak Dipublikasi)*, Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Sari, R. (2013). “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Banking”, *Skripsi Sarjana*, (Tidak Dipublikasi), Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sharing Vision . (2013) Pertumbuhan Internet Banking Dan E- commerce Di Indonesia. Di ambil 25 Juni 2016, dari <http://www.sharingvision.com>.
- Sarjana. (2012). Pengertian Minat Menurut Para Ahli. Diambil 25 juni 2016, dari <http://www.sarjanaku.com>.
- Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sutarman. (2009). *Teknologi Informasi*, Diambil 26 juni 2016, dari [www.pengertianpaker.com](http://www.pengertianpaker.com).
- Sutarbi, (2005). *Sistem Informasi*, Diambil 26 juni 2016, dari <http://www.dosenit.com>.
- Thompson, R.L., Higgins, C.A., and Howell, J.W. 1991, “Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization,” *Jurnal MIS Quarterly*, March, Vol.15, No.1, pp.124-143

Uma Sekaran, 1992, Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat

Widarjono, A. (2015). Analisis Multivariat Terapan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Witherington, (1999). Pengertian Minat Menurut Para Ahli. Diambil 25 juni 2016, dari <http://www.sarjanaku.com>





# LAMPIRAN



**Lampiran 1. Kuisoner**



93512

	nasabah				
3	Anda dapat bertransaksi perbankan dengan Internet Banking tanpa ada batasan waktu/24 jam	✓			
4	Menggunakan <i>internet banking</i> sangat fleksibel karena dapat dilakukan dimana saja	✓			
5	Anda memilih menggunakan <i>Internet Banking</i> karena kegunaannya dapat dilakukan secara otomatis untuk seluruh kegiatan Perbankan.			✓	

V. Kepercayaan

No.	Pernyataan	S	CS	SS	STS	ST
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya			✓		
2	Adanya bukti pada setiap transaksi <i>Internet banking</i> , yang lengkap dengan waktu transaksi, merupakan salah satu bukti keamanan transaksi.			✓		
3	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi <i>Internet banking</i>	✓				
4	Kerahasiaan data <i>Internet banking</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan Sendiri		✓			

VI. Pengguna Sistem Teknologi

No.	Pernyataan	S	CS	SS	STS	ST
1	Kecepatan transaksi dengan <i>internet banking</i> sangat tinggi		✓			
2	Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan <i>internet banking</i> sangat efektif	✓				
3	<i>Internet banking</i> memiliki banyak manfaat bagi nasabah		✓			
4	<i>Internet banking</i> sangat mendukung aktivitas saya		✓			
5	Teknologi Internet Banking menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan anda		✓			

KUESIONER

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia, rahmat dan hidayahnya. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Ditengah kesibukan Saudara/Saudari sekalian, kami memohon pada Saudara/Saudari untuk mengisi angket yang tersedia dengan kepentingan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir atas nama Siti Jamidan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Menggunakan Internet Banking".

Jawaban yang diberikan oleh, Saudara/Saudari semata-mata dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau permasalahan penelitian yang tersebut diatas. Jawaban dalam angket ini akan kami jaga kerahasiaannya yang sesuai dengan kaidah ilmiah, dan sama sekali tidak memberikan dampak negatif terhadap Saudara/Saudari. Atas kerjasama dan ketersediaan mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Semoga Allah SWT membalas sebaik-baiknya atas budi baik yang Saudara/Saudari berikan.Amin,

Wassalamu'alaikum wr wb

Yogyakarta, 17 Juni 2016

Penelitian

Siti Jamidan

12313271

DAFTAR PERTANYAAN (KUESIONER)

Berikan tanda silang pada jawaban yang saudara/saudari anggap paling benar. Hanya ada satu jawaban pada setiap nomor.

CS : Cukup Setuju SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju

A. Identitas Responden.

- 1) Nama Responden : *Ima Qoimaturohmah*
- 2) Alamat Responden : *Timur selomartani, Kalasan, DIY*
- 3) Umur Responden : *19* Tahun
- 4) Jenis Kelamin : 1. Pria  
 2. Wanita
- 5) Fakultas : 1. Fakultas ekonomi  
 2. Fakultas Ilmu Agama Islam  
3. Fakultas Teknologi Industri
- 6) Pengeluaran : *11* Per / bulan

- 1. Apakah anda pernah menggunakan internet banking?  Ya  Tidak
- 2. Berapa kali anda menggunakan internet banking dalam satu bulan : *1* kali
- 3. Produk Perbankan apa yang anda gunakan?  
 a) Tabungan  
b) Deposito  
c) Giro
- 4. Bank Syariah apa yang anda gunakan? *BRI MANDIRI*
- 5. Untuk apa anda gunakan Internet Banking?  
a) Untuk transfer uang  
b) Untuk mengecek saldo  
 c) Lain - lainnya

A. Petunjuk Pengisian Kuissoner

Pada bagian ini anda diminta untuk mengisi pada tempat yang disediakan dengan memberikan tanda check (✓) Pada kotak yang telah disediakan sesuai dengan jawaban untuk masing - masing pertanyaan.

Keterangan :  
S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

I. Minat

NO	Pernyataan	S	CS	SS	STS	TS
1	Internet banking sangat sesuai dengan kebutuhan saya		✓			
2	Saya ingin menggunakan Internet Banking karena tuntutan profesi					✓
3	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan Internet Banking di masa akan datang		✓			
4	Dorongan akan kebutuhan membuat saya kelak harus menggunakan Internet Banking		✓			
5	Saya akan mendapatkan pengetahuan lebih baik tentang internet Banking	✓				

II. Persepsi Bermanfaatan

NO	Pernyataan	S	CS	SS	STS	TS
1	Internet Banking mempercepat proses penyelesaian transaksi saya	✓				
2	Penggunaan Internet Banking meningkatkan produktivitas saya.				✓	
3	Penggunaan Internet banking memungkinkan saya untuk mengerjakan tugas-tugas saya dengan lebih cepat		✓			
4	Secara keseluruhan Internet banking bermanfaat bagi saya.	✓				
5	Penggunaan Internet Banking mempermudah saya dalam bekerja	✓				

III. Motivasi Spritual

No.	Pernyataan	S	CS	SS	STS	TS
1	Memilih menggunakan internet banking karena Agama yang saya yakini		✓			
2	Agama Islam dalam bertindak efektif dan efisien dalam menggunakan internet banking	✓				
3	Saya merasa tidak melanggar aturan/akidah saat menggunakan Internet Banking		✓			
4	Internet Banking yang ditawarkan sudah sesuai dengan syariah			✓		

IV. Persepsi Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	S	CS	SS	STS	ST
1	Menggunakan internet banking dapat mengefisiensi waktu nasabah karena tidak perlu pergi ke lokasi bank	✓				
2	Internet banking sangat mudah digunakan oleh setiap			✓		

RUMUS SLOVIN

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana

n: jumlah populasi

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{8046}{1 + 8046 \times 0,79^2} = 160$$

## Lampiran 2. Data Deskripsi

### Karakteristik Berdasarkan Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<20	52	34,6%
21-25	98	65,3%
TOTAL	150	100 %

### Karakteristik Berdasarkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki – Laki	79	52,6 %
Perempuan	71	47,3 %
Total	150	100 %

### Karakteristik

### Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp. 500.000,00	15	10 %
Rp. 600.000,00 – Rp.1.000.000,00	98	65,3 %
> Rp1.000.000,00	37	24,6 %
TOTAL	150	100 %

### Karakteristik Penggunaan

#### *Internet Banking Per Bulan*

Lama menggunakan IB	Jumlah	Persentase (%)
< 3 Kali	99	66 %
4 – 6 Kali	30	20 %
7- 10 Kali	15	10 %
> 10 Kali	6	4 %
TOTAL	150	100%

Tabel 4.6  
Karakteristik Berdasarkan  
Bank Yang Digunakan

Jenis Bank	Jumlah	Persentase (%)
Mandiri Syaiah	66	44%
BNI Syariah	42	28%
BRI Syariah	25	16,6%
Muamalat	17	11,3%
Jumlah	150	100%

### Lampiran 3. Validitas

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
M1	3,8833	,95831	60
M2	3,9333	,86095	60
M3	3,6833	,87317	60
M4	3,6000	,86749	60
M5	3,6667	,77387	60
PB1	4,0500	,76856	60
PB2	3,6667	,91442	60
PB3	3,8333	,88618	60
PB4	3,8333	,86684	60
PB5	3,8667	,83294	60
MS1	3,8167	,89237	60

MS2	4,1833	,74769	60
MS3	3,6167	,84556	60
MS4	3,2500	,91364	60
PKP1	4,1167	,84556	60
PKPK2	3,9333	,86095	60
PKP3	4,1500	,86013	60
PKP4	4,1833	,74769	60
PKP5	4,0833	,84956	60
K1	3,7667	,96316	60
K2	3,8833	,95831	60
K3	3,8333	,86684	60
K4	3,7500	,85618	60
PKS1	3,8167	,89237	60
PKS2	3,7500	,96770	60
PKS3	3,8833	,84556	60
PKS4	3,7833	,86537	60
PKS5	3,7000	,82954	60
TOTAL	107,5167	12,40078	60

#### Item-Total Statistics

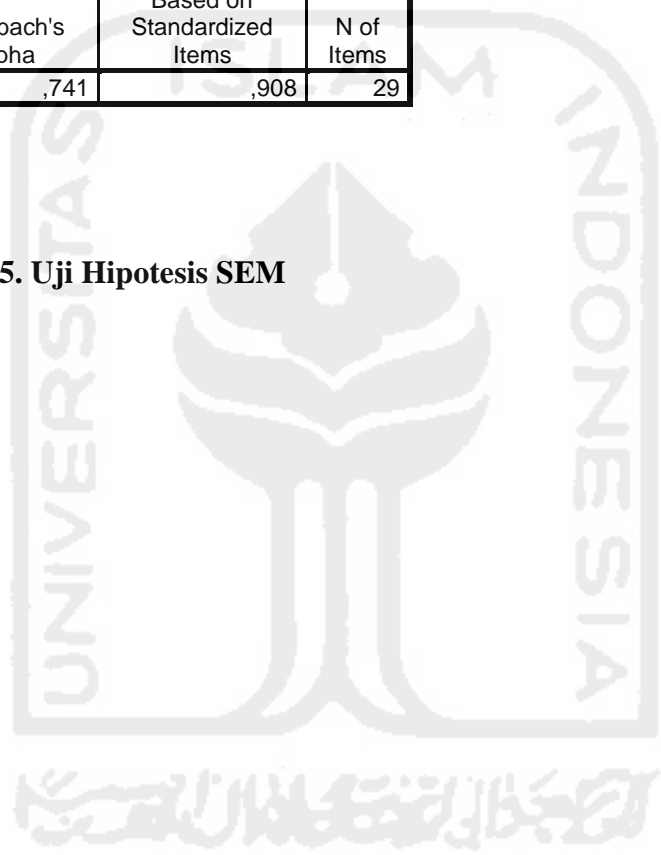
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbac h's Alpha if Item Deleted
M1	211,1500	589,757	,525	.	,731
M2	211,1000	591,583	,544	.	,732
M3	211,3500	596,096	,428	.	,734
M4	211,4333	599,233	,356	.	,736
M5	211,3667	593,253	,564	.	,733
PB1	210,9833	591,542	,615	.	,732
PB2	211,3667	602,440	,264	.	,738
PB3	211,2000	597,180	,396	.	,735
PB4	211,2000	594,027	,481	.	,733
PB5	211,1667	593,226	,522	.	,733
MS1	211,2167	589,156	,581	.	,731
MS2	210,8500	596,604	,492	.	,734
MS3	211,4167	596,451	,435	.	,734
MS4	211,7833	595,732	,416	.	,734
PKP1	210,9167	594,857	,474	.	,734
PKPK2	211,1000	591,583	,544	.	,732
PKP3	210,8833	590,478	,572	.	,731
PKP4	210,8500	596,604	,492	.	,734
PKP5	210,9500	595,404	,458	.	,734
K1	211,2667	598,809	,326	.	,736
K2	211,1500	589,757	,525	.	,731
K3	211,2000	595,451	,447	.	,734
K4	211,2833	596,342	,431	.	,734
PKS1	211,2167	589,156	,581	.	,731
PKS2	211,2833	580,884	,714	.	,727
PKS3	211,1500	593,147	,516	.	,733
PKS4	211,2500	592,564	,518	.	,732
PKS5	211,3333	597,887	,408	.	,735
TOTAL	107,5167	153,779	1,000	.	,895

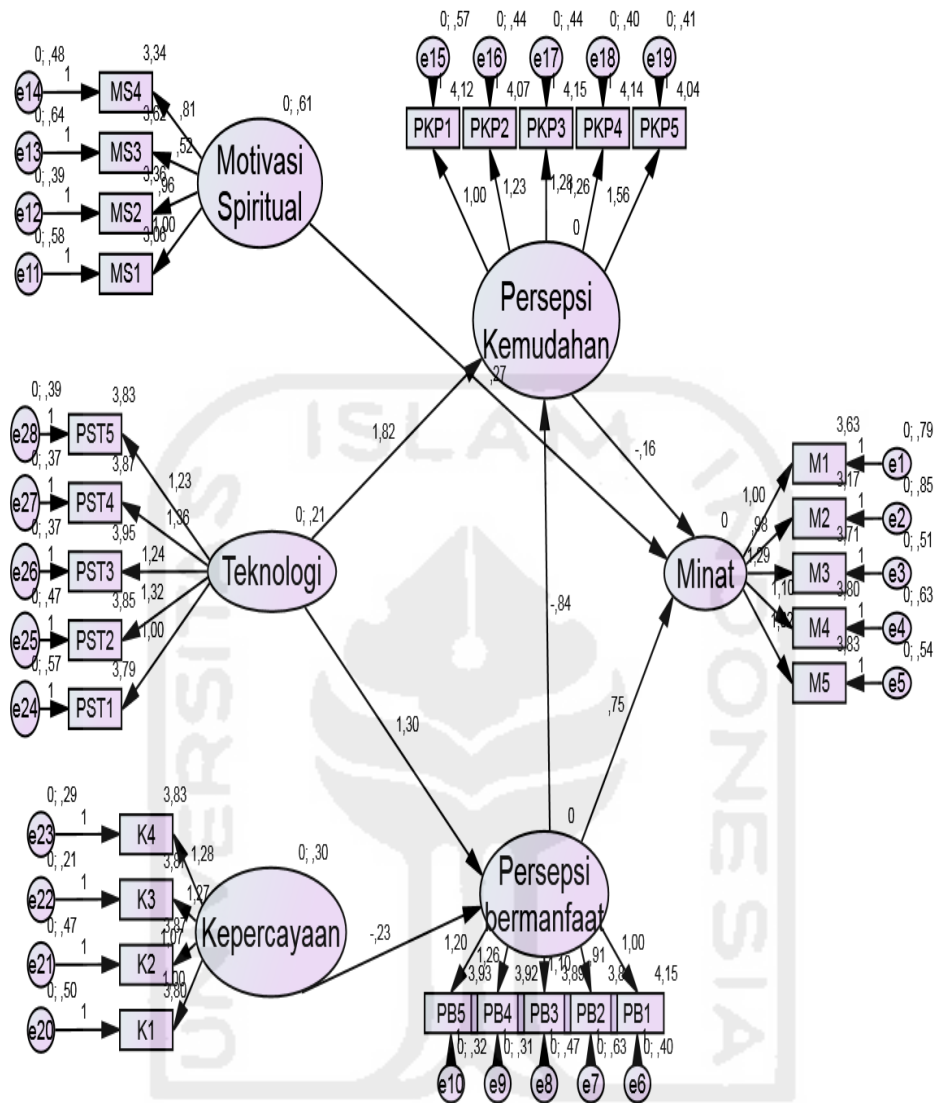
#### Lampiran 4.realiabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,741	,908	29

#### Lampiran 5. Uji Hipotesis SEM





### Model Fit Summary

#### CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	88	912,6226946	346	,0000000	2,6376378
Saturated model	434	,0000000	0		
Independence model	56	2306,0952616	378	,0000000	6,1007811

#### Baseline Comparisons



Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,6042563	,5676557	,7109208	,6789437	,7061231
Saturated model	1,0000000		1,0000000		1,0000000
Independence model	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,9153439	,5531023	,6463455
Saturated model	,0000000	,0000000	,0000000
Independence model	1,0000000	,0000000	,0000000

**NCP**

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	566,6226946	480,9518661	659,9522781
Saturated model	,0000000	,0000000	,0000000
Independence model	1928,0952616	1780,4037399	2083,2290726

**FMIN**

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	6,1249845	3,8028369	3,2278649	4,4292099
Saturated model	,0000000	,0000000	,0000000	,0000000
Independence model	15,4771494	12,9402367	11,9490184	13,9814032

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,1048373	,0965872	,1131423	,0000183
Independence model	,1850228	,1777953	,1923222	,0000168

**HOELTER**

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	64	67
Independence model	28	29

**Estimates (Group number 1 - Default model)**

**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (Group number**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_berm nfaat	<-- -	Teknologi	1,29509 53	,21671 04	5,97615 58	***	par_2 5
Persepsi_berm nfaat	<-- -	Kepercayaan	- ,233080 3	,06806 73	- 3,42426 30	***	par_2 7
Persepsi_Kemu dahan	<-- -	Teknologi	1,82082 63	,60494 28	3,00991 48	,00261 32	par_2 4
Persepsi_Kemu dahan	<-- -	Persepsi_berma nfaat	- ,840375 8	,37686 52	- 2,22991 07	,02575 34	par_2 8
Minat	<-- -	Persepsi_berma nfaat	,750198 0	,17359 41	4,32156 46	***	par_2 3
Minat	<-- -	Persepsi_Kemu dahan	- ,162640 4	,19974 99	- ,814220 1	,41551 89	par_2 6
Minat	<-- -	Motivasi_Spirit ual	,273089 3	,06432 41	4,24552 06	***	par_2 9
M1	<-- -	Minat	1,00000 00				
M2	<-- -	Minat	,980426 3	,23787 02	4,12168 63	***	par_1
M3	<-- -	Minat	1,29163 14	,25351 90	5,09481 18	***	par_2
M4	<-- -	Minat	1,10488 96	,23682 50	4,66542 54	***	par_3
M5	<-- -	Minat	1,02414 71	,21941 16	4,66769 83	***	par_4

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PB1	<-- -	Persepsi_berma nfaat	1,00000 00				
PB2	<-- -	Persepsi_berma nfaat	,907915 2	,13819 57	6,56978 01	***	par_5
PB3	<-- -	Persepsi_berma nfaat	1,10333 16	,13833 47	7,97581 14	***	par_6
PB4	<-- -	Persepsi_berma nfaat	1,25848 71	,13786 73	9,12824 76	***	par_7
PB5	<-- -	Persepsi_berma nfaat	1,19522 30	,13367 43	8,94130 64	***	par_8
MS1	<-- -	Motivasi_Spirit ual	1,00000 00				
MS2	<-- -	Motivasi_Spirit ual	,960107 2	,12988 36	7,39205 72	***	par_9
MS3	<-- -	Motivasi_Spirit ual	,522874 7	,10825 69	4,82994 49	***	par_1 0
MS4	<-- -	Motivasi_Spirit ual	,811348 9	,11788 83	6,88235 43	***	par_1 1
PKP1	<-- -	Persepsi_Kemu dahan	1,00000 00				
PKP2	<-- -	Persepsi_Kemu dahan	1,23043 24	,27824 68	4,42209 01	***	par_1 2
PKP3	<-- -	Persepsi_Kemu dahan	1,28218 87	,28618 39	4,48029 70	***	par_1 3
PKP4	<-- -	Persepsi_Kemu dahan	1,26069 95	,27863 35	4,52457 97	***	par_1 4
PKP5	<-- -	Persepsi_Kemu dahan	1,55744 25	,32663 85	4,76809 15	***	par_1 5
K1	<-- -	Kepercayaan	1,00000 00				
K2	<-- -	Kepercayaan	1,07264 34	,16870 90	6,35795 05	***	par_1 6
K3	<-- -	Kepercayaan	1,27328 07	,17176 80	7,41279 20	***	par_1 7
K4	<-- -	Kepercayaan	1,28282 55	,17669 93	7,25993 47	***	par_1 8
PST1	<-- -	Teknologi	1,00000 00				
PST2	<-- -	Teknologi	1,31516 58	,22571 69	5,82661 65	***	par_1 9
PST3	<--	Teknologi	1,23717	,20824	5,94088	***	par_2

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
	-		53	76	59		0
PST4	<-- -	Teknologi	1,36230 36	,22307 87	6,10682 84	***	par_2 1
PST5	<-- -	Teknologi	1,22767 76	,20859 18	5,88555 11	***	par_2 2

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate
Persepsi_bermanfaat	<--- Teknologi	,9774917
Persepsi_bermanfaat	<--- Kepercayaan	-,2109739
Persepsi_Kemudahan	<--- Teknologi	2,3671520
Persepsi_Kemudahan	<--- Persepsi_bermanfaat	-1,4475041
Minat	<--- Persepsi_bermanfaat	,9910953
Minat	<--- Persepsi_Kemudahan	-,1247446
Minat	<--- Motivasi_Spiritual	,4651811
M1	<--- Minat	,4594939
M2	<--- Minat	,4384801
M3	<--- Minat	,6397324
M4	<--- Minat	,5384014
M5	<--- Minat	,5388754
PB1	<--- Persepsi_bermanfaat	,6907872
PB2	<--- Persepsi_bermanfaat	,5694581
PB3	<--- Persepsi_bermanfaat	,6979996
PB4	<--- Persepsi_bermanfaat	,8069296
PB5	<--- Persepsi_bermanfaat	,7889568
MS1	<--- Motivasi_Spiritual	,7163354
MS2	<--- Motivasi_Spiritual	,7694984
MS3	<--- Motivasi_Spiritual	,4542370
MS4	<--- Motivasi_Spiritual	,6766554
PKP1	<--- Persepsi_Kemudahan	,4222025
PKP2	<--- Persepsi_Kemudahan	,5480384
PKP3	<--- Persepsi_Kemudahan	,5634929
PKP4	<--- Persepsi_Kemudahan	,5757266
PKP5	<--- Persepsi_Kemudahan	,6518961
K1	<--- Kepercayaan	,6132557
K2	<--- Kepercayaan	,6508099
K3	<--- Kepercayaan	,8334383

		Estimate
K4	<--- Kepercayaan	,7950477
PST1	<--- Teknologi	,5174947
PST2	<--- Teknologi	,6576957
PST3	<--- Teknologi	,6809693
PST4	<--- Teknologi	,7168286
PST5	<--- Teknologi	,6695640

No	M1	M2	M3	M4	M5	PB1	PB2	PB3	PB4	PB5	MS1	MS2	MS3	MS4	PKP1	PKP2	PKP3	PKP4	PKP5	K1	K2	K3	K4	PST1	PST2	PST3	PST4	PST5	
1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	1	1	3	3	3	3	3	5	5	5	1	1	1	1	5	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5
4	3	2	3	3	3	5	5	3	3	3	2	2	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	2	2	4	4	
5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	
6	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3	1	4	4	3	1	3	3	1	1	3	3	3	
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	
10	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	
11	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	
12	2	2	2	2	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	1	1	4	2	4	4	5	5	5	4	1	3	4	3	5	4	5	5	4	5	5	3	3	4	3	5	2	2	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
16	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
17	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	
18	2	1	2	4	4	4	2	4	3	3	2	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	
19	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	
20	3	2	3	4	3	4	3	5	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	3	2	3	3	4	4	1	3	4	4	3	4	3	5	4	5	3	4	1	5	5	4	3	3	4	3	3	3	
23	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	2	2	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	2	5	5	4	4	5	4	3	3	2	
25	2	2	4	3	3	3	3	5	3	5	3	3	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	
26	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
27	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	5	5	3	4	3	5	3	3	3	5	5	5	5	3	
29	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	
30	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	
32	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3	
33	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	3	3	5	3	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	
34	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	
35	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	3	3	

36	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	5	3	5	3	
37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
38	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	3	3	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
41	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3
42	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5
43	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
46	3	2	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	3
47	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	3	3	4	5	4	5	3	5	5	5	2	5	5	3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	5	3	4	3	3
49	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
50	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4
51	3	2	3	3	5	3	3	5	5	5	3	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5
52	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3
53	5	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	1	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
55	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
56	5	3	5	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	5
57	3	2	4	1	4	5	4	3	5	4	2	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
58	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	3	5	5	5	5	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4
60	3	3	5	4	5	5	3	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3
61	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	2	2	3	3	5	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
65	2	3	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3
66	5	3	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	5	3
67	5	2	3	3	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5
68	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
69	3	3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3
70	3	1	3	3	3	5	3	3	5	3	1	2	2	2	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	5	5	5	3
71	5	2	3	5	5	5	3	3	3	3	2	2	5	3	5	5	5	5	5	3	2	3	5	3	3	5	5	5	5

مركز الدراسات والبحوث



72	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
74	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
78	3	2	3	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4
79	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
80	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5
81	4	3	4	5	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3
82	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4
83	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
90	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
91	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5
93	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4
95	3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	3	3	3	4	3	3	1	2	5	3	1	1	3	3	1	3
97	4	2	4	3	3	5	5	3	4	4	2	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
98	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
99	3	2	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3
100	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
102	3	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
103	4	2	3	2	3	5	3	3	4	4	2	2	4	2	5	3	3	5	3	5	3	5	3	3	5	3	3	3
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
106	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

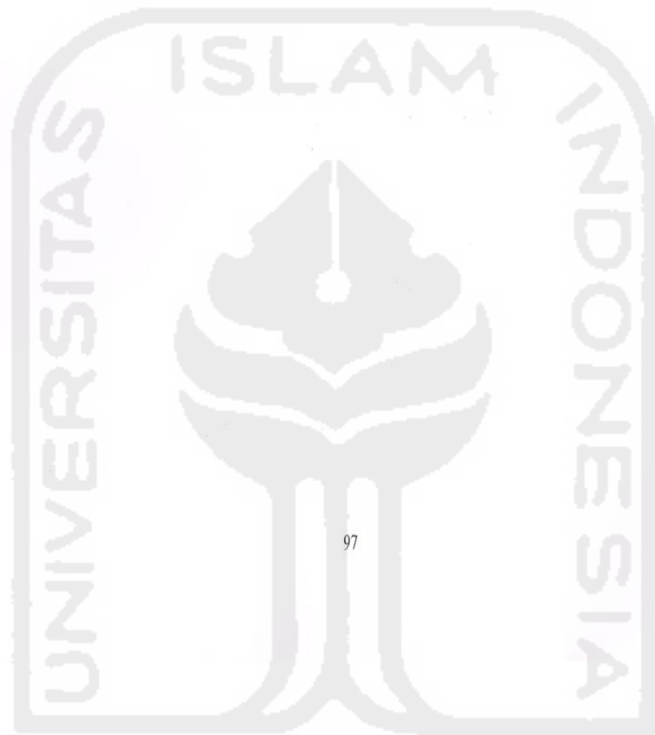
مكتبة جامعة القاهرة

108	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5		
109	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	5
110	4	4	5	5	2	5	4	4	4	4	2	2	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	5	
111	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
112	3	5	3	5	5	5	5	3	5	4	1	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
113	3	5	3	3	5	3	5	1	5	5	2	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3
114	3	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
115	5	3	3	3	5	5	4	5	4	2	4	3	3	5	5	3	5	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	
116	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4
117	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
118	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	2	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
119	5	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	5	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	4
120	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121	5	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5
122	4	3	4	4	4	5	3	3	5	5	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
123	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
124	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
125	3	1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
126	5	5	3	5	3	5	4	3	4	4	5	3	4	3	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4
127	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3
131	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3
133	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4
136	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
137	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5
138	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
139	4	3	3	3	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4
140	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
141	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
142	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



144	5	3	5	4	3	5	3	4	5	4	3	3	1	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
145	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
147	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	4	3	3	4	5	5	5	5	
148	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
149	3	3	3	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	
150	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA