

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI MENGGUNAKAN  
PRODUK *E-MONEY***

*Factors Influencing the Interest of Customers of Mandiri Sharia  
Bank in Using E-Money Product*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari  
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

SITTA WULAN SARI

14423028

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2021**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

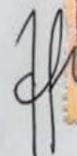
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sitta Wulan Sari  
NIM : 14423028  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Menggunakan Produk E-Money

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain. Atas pernyataan ini, apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam penulisan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 5 Februari 2021

  
  
Sitta Wulan Sari

# LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462  
F. (0274) 898463  
E. [fiail@uii.ac.id](mailto:fiail@uii.ac.id)  
W. [fiail.uui.ac.id](http://fiail.uui.ac.id)

## PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 23 Maret 2021  
Nama : SITTA WULAN SARI  
Nomor Mahasiswa : 14423028  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Menggunakan Produk E-Money

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

### TIM PENGUJI:

#### Ketua

Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag

(.....)

#### Penguji I

Muhammad Iqbal, SEI, MSI

(.....)

#### Penguji II

Zein Muttaqin, S.E.I., M.A.

(.....)

#### Pembimbing

Tulasmai, SEI, MEI

(.....)

Yogyakarta, 23 Maret 2021

Dekan,



Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Sitta Wulan Sari

Nomor Mahasiswa : 14423028

Judul Skripsi : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank  
Syariah Mandiri Menggunakan Produk E-Money.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasyah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Dosen Pembimbing



Tutasmi, SEI., MEI.

## NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Yogyakarta  $\frac{1 \text{ Rajab}}{25 \text{ Februari 2021}}$   $\frac{H}{M}$

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 216/Dek/60/DAATI/FIAI/I/2020 tanggal : 23 Januari 2020

Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Sitta Wulan Sari

Nomor Pokok / NIM : 14423028

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan / Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2020-2021

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Menggunakan Produk E-Money

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami anggap skripsinya memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga)/4 (empat) \*) eksemplar skripsi dimaksud.

\*) Coret yang tidak perlu

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing,



( Tulasmi, SEL., MEI. )

## HALAMAN PERSEMBAHAN

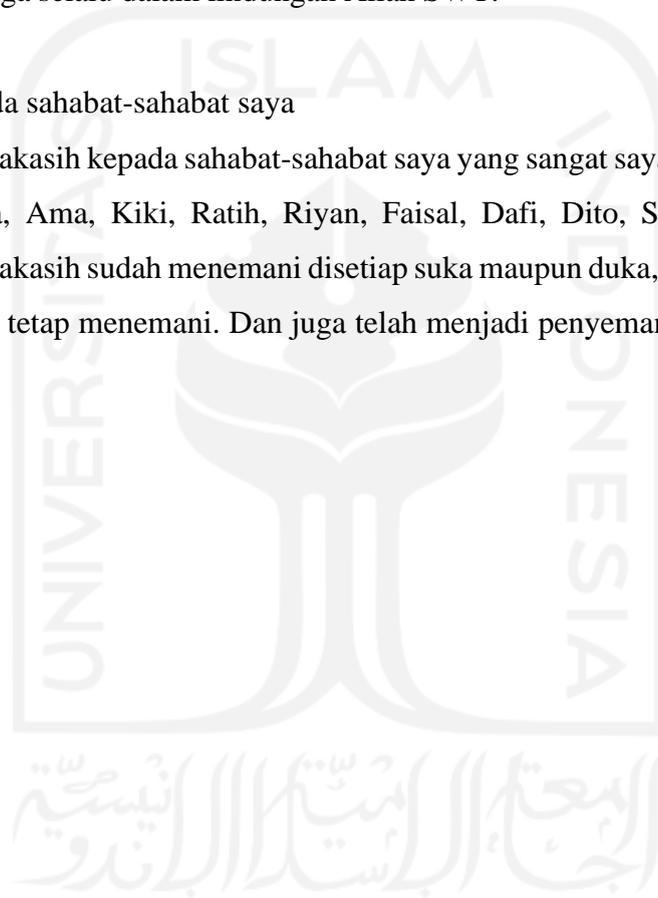
Sujud syukurku persembahkan kepada yang paling utama diatas segalanya yang ada di dunia, hanya kepada Allah SWT. Terimakasih atas segala rezeki yang tiada hentinya, nikmat yang tiada tara, dan atas karunia yang engkau berikan sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan. Semoga ini adalah langkah awal untukku agar dapat menggapai cita-citaku.

Sholawat serta salam tidak lupa ku ucapkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dengan ini saya persembahkan hasil karya sederhana yang saya buat sendiri, kepada semua orang yang paling saya cintai dan kasihi.

- Kepada Ayah dan Mama saya yang tercinta dan saya kasihi  
Terima kasih Ayah atas segala usaha dan kerja kerasmu untuk ananda selama ini, sehingga ananda bisa menyelesaikan karya sederhana ini. Ucapan terimakasihku tidak akan mampu membayar setiap tetesan keringat dan lelah yang engkau keluarkan. Lalu untuk Mama, terimakasih atas setiap do'a yang tidak berkesudahan. terimakasih atas setiap doa yang mama kirimkan yang selalu mengiringi langkah ananda. Ucapan terimakasihku tak akan pernah cukup. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan hingga titik ini dan seterusnya. Semoga Ayah dan Mama selalu dalam lindungan Allah SWT dimanapun dan kapanpun kalian berada. aamiin YRA.
- Kepada semua keluarga besar, serta kakak dan adik saya yang tercinta  
Terimakasih atas segala semangat yang selalu diberikan kepada saya, karena setiap semangat dari kalian sangat berarti bagi saya. Untuk setiap waktu yang kita lewati adalah waktu yang sangat berharga bagi saya. Terimakasih atas segala bantuan dan semangat dari kalian, semoga karya sederhana ini bisa membanggakan kalian.

- Kepada dosen pembimbing  
Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada ibu Tulasmi yaitu selaku dosen pembimbing skripsi saya. Terimakasih sudah membimbing saya dengan kesabaran dan ketelitian ibu sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih juga atas segala bantuan, bimbingan, nasehat serta semangat dan juga ilmu yang telah ibu berikan kepada saya. Semoga ibu dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.
- Kepada sahabat-sahabat saya  
Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya yang sangat saya sayangi. Teruntuk Rosita, Ama, Kiki, Ratih, Riyan, Faisal, Dafi, Dito, Sinta, Eza, Lentera. Terimakasih sudah menemani disetiap suka maupun duka, sehat maupun sakit kalian tetap menemani. Dan juga telah menjadi penyemangat dan obat dikala sedih.



## HALAMAN MOTTO

Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu.

*HR. Muslim*

Seseorang bertindak tanpa ilmu ibarat bepergian tanpa petunjuk. Sudah banyak yang tahu kalau orang seperti itu kiranya akan hancur, bukan selamat.

*Hasan Al Bashri*

البعثة الإسلامية الأندلسية

## ABSTRAK

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan Produk *E-Money***

Oleh :

**Sitta Wulan Sari**

**14423028**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan produk *e- money*. (2) Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan produk *e- money*. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah variabel yang peneliti gunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *e-money* atau layanan uang elektronik. Metode penelitian menggunakan regresi linier berganda yang bersumber dari data primer. Perolehan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang sudah diberikan pertanyaan/pernyataan, yang kemudian diisi oleh responden yang memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dengan banyaknya sampel sebesar 30 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan produk *e-money*. Persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan produk *e-money*.

**Kata Kunci:** Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, *Technology Acceptance Model (TAM)*.

## **ABSTRACT**

### ***Factors Influencing the Interest of Customers of Mandiri Sharia Bank in Using E-Money Product***

**By :**  
**Sitta Wulan Sari**  
**14423028**

*This study aimed to observe: (1) The Effect of the Perceived Ease of Use on the Interest of Customers of Mandiri Sharia Bank in using the e-money; (2) the effect of Perceived Usefulness on the Interest of Customers of Mandiri Sharia Bank in using E-money product. Technology Acceptance Model (TAM) is the variable the researcher used to figure out the effects of the perceived of ease of use and the perceived usefulness on the interest of customers in using e-money products or service. The research method used the Doubled Linear Regression taken from the primary data and the data were collected using the questionnaires that have been given a number of questions and statements to be filled by the 30 respondents set by the researcher. The results of this research showed that the variable of perceived ease of use had a significantly positive effect on the interest to use e-money product. Similarly, the perceived usefulness had a significantly positive effect on the interest in using e-money product.*

**Keywords:** *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Technology Acceptance Model (TAM).*

March 26, 2021

**TRANSLATOR STATEMENT**

The information appearing herein has been translated by a Center for International Language and Cultural Studies of Islamic University of Indonesia  
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

# **PEDOMAN TRANSLITERASI**

## **KEPUTUSAN BERSAMA**

### **MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

#### **TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

##### **Pendahuluan**

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab- Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.

Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

## **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

## **Prinsip Pembakuan**

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

## **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

## 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruflatin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ya
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ža	ž	zet (dengan titik di

			bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... َيَّ	fathahdanya	Ai	a dan i
... ُوَّ	fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- zukira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkatdan Huruf	Nama	Hurufdan Tanda	Nama
... اِ...ِ	fathahdanalifatauya	A	a dan gar is di atas
... ى	Kasrahanya	I	I dan garis di atas
... ُوَّ	Hammahdanwau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

#### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

- b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl

- raudatulatfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-

Munawwarah

- al-Madīnatul-

Munawwarah

طَلْحَةَ - talhah

#### 5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

الْحَجَّ - al-hajj

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرَّ - al-birr

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

الْقَلَمُ - al-qalamu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الْبَدِيعُ - al-badi'u

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَالُ - al-jalālu

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna	إِنَّ	- inna
النَّوْءُ	- an-nau'	أَمْرٌ	- umirtu
شَيْءٌ	- syai'un	أَكَلَ	- akala

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّا لَهُمْ خَيْرُ الرَّازِقِينَ      Wa innallāha lahuwa khair arrāziqīn  
Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ      Wa auf al-kailawa-almīzān  
Wa auf al-kailawalmīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ      Ibrāhīm al-Khalīl  
Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا      Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُمَّ إِنَّا سَأَلْنَاكَ بِبَيْتِنَا سَأَلْنَاكَ عَلَيْهِ      Walillāhi ‘alan-nāsihiyyu al-  
baitimanistatā’ailaihisabīla

Walillāhi ‘alan-nāsihiyyul-  
baitimanistatā’ailaihisabīlā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan

huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wamā Muhammadunillārasl
إِنَّا وَلِيُّنَا لِلنَّاسِ لَدِينِكَ	Inna
عَمْبَارِكاً	awwalabaitinwudi' alinnāsillallažibibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahruramadān al-lažī unzilafih al-Qur'ānu
لِقُرْآنِ	Syahruramadān al-lažī unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَاسَاهِ الْإِفْقُ الْمُبِينُ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

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

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrunminallāhiwafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعاً	Lillāhi al-amrujamī'an
	Lillāhil-amrujamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāhabikullisyai'in 'alīm

## 10. Tajwid

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

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا، تَبَارَكَ الَّذِي جَعَلَ فِي السَّمَاءِ بُرُوجًا وَجَعَلَ فِيهَا سِرَاجًا وَقَمَرًا مُنِيرًا. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ الَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا، وَدَاعِيَا إِلَى الْحَقِّ بَيِّنَاتِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلِّمْ وَسَلِّمْ تَسْلِيمًا كَثِيرًا. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, dan memberikan kemudahan kepada penyusun dalam menyelesaikan tanggung jawab dan amanah ini. Sholawatserta salam penulis haturkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW, yang diutus dengan kebenaran, sebagai pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan dan sebagai cahaya bagi umatnya. Sebagai sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, maka penyusun menyusun skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan Produk *E- Money*”.

Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan dari penyusun. Dalam penyelesaian skripsi ini penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusun sepantasnya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas IslamIndonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag, selaku Ketua Jurusan Studi Ekonomi Islam FIAI Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya S.E.I., M.M selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Tulasmi, SEI, MEI, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan membimbing penyusun dalam penyelesaian penyusunan ini.  
Terima Kasih karena telah sabar dan meluangkan waktunya demi memberikan pengarahan dan bimbingannya dalam penyusunan dan penyelesaian penelitian ini sehingga tercapai hasil yang baik. Semoga seluruh kebaikan ibu diganti berlipat ganda oleh Allah *subhanahu wa ta'ala*.
6. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu kepada penyusun serta membantu dan mempermudah penyusun mengurus administrasi baik dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan
7. Seluruh Staff dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah membantu penyusun dalam pembuatan surat-surat terkait penyusunan skripsi sehingga penyusunan skripsi dapat diselesaikan dengan lancar.
8. Kedua orangtua saya, Bapak Abdul Azis dan Ibu Dian Tirta Wahyuni yang sangat saya hormati dan sayangi yang selalu melimpahkan segala kasih sayangnya, cinta dan doa tulus kepada penulis, serta telah memberikan *support*, motivasi hingga segala kebutuhan materi demi kelancaran penulisan laporan ini. Terima kasih atas dukungan, doa dan kasih sayang yang telah kalian berikan selama ini.
9. Seluruh keluarga besar, serta kakak dan adikku yang selalu menyemangati sehingga terselesainya penelitian ini.
10. Sahabatku Rosita, Kiki, Rahma, Ratih, Riyan, Faisal, Dafi, Dito, yang selalu menemani dari awal perkuliahan hingga saat ini selalu menyemangati dan menghibur, terimakasih telah menjadi keluarga masa perkuliahan ini.

11. Sahabatku Eza, Sinta, Lentera yang selalu memberi arahan, motivasi dan menjadi teman untuk mengerjakan skripsi ini.
12. Untuk semua pihak yang telah memberikan sumbang kasih berupa motivasi, semangat, kritik, saran, dan doanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. semoga segala kebaikan yang kita berikan kepada orang lain akan berbalik pada diri kita disuatu hari nanti.

Semoga segala bentuk dukungan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Sewajarnya manusia yang jauh dari kesempurnaan, penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan yang akan datang. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi setiap langkah kita dan juga apa yang sudah penyusun berikan dapat menjadi manfaat untuk berbagai pihak. Amiin Ya Rabb al-'Alamiin

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Agustus 2020

Penyusun



Sitta Wulan Sari

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	iv
NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiv
DAFTAR TABEL.....	xxvii
DAFTAR GAMBAR .....	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Masalah.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka/ <i>Literatur Review</i> .....	8
B. Landasan Teori.....	14
1. Uang Elektronik ( <i>e-money</i> ).....	14
2. Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	20
3. Persepsi Kemudahan Penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ).....	22

4. Persepsi Kemanfaatan ( <i>perceived usefulness</i> ) .....	23
5. Minat penggunaan .....	25
C. Kerangka Berpikir .....	27
D. Pengujian Hipotesis .....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan Penelitian .....	29
B. Obyek Penelitian .....	29
C. Populasi dan Sampel .....	29
D. Sumber Data Penelitian.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Definisi Operasional Variabel.....	31
1. Variabel Dependen (Y) .....	32
a. Minat Nasabah.....	32
2. Variabel Independen (X).....	32
a. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) .....	32
b. Persepsi Kemanfaatan (X2).....	32
G. Instrumen Penelitian .....	33
H. Uji Instrumen .....	34
1. Uji Validitas .....	34
2. Uji Reliabilitas.....	35
I. Uji Asumsi Klasik.....	36
1. Uji Multikolinearitas .....	36
2. Uji Heteroskedastisitas .....	36
3. Uji Normalitas .....	37
J. Regresi Linier Berganda .....	37
K. Uji Hipotesis .....	38
1. Uji Anova F (secara Simultan).....	38
2. Uji T (secara Parsial).....	38
L. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN,ANALISIS DATA	
DAN PEMBAHASAN .....	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
B. Analisis Data.....	40
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Usia Responden.....	41
4.1.2 Jenis Kelamin .....	42
4.1.3 Pekerjaan Responden .....	42
4.1.4 Status Responden .....	43
4.1.5 Lama menjadi Nasabah .....	43
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	44
4.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	44
4.2.2 Persepsi Kemanfaatan .....	45
4.3 Analisis Asumsi Klasik.....	46
4.3.1 Uji Multikolinearitas.....	46
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas .....	46
4.3.3 Uji Normalitas .....	47
4.4 Analisa Hasil Regresi Linier Berganda.....	48
4.5 Pengujian Hipotesis .....	50
4.5.1 Pengujian Hipotesis F (secara simultan).....	50
4.5.2 Pengujian Hipotesis uji T (secara Parsial) .....	51
4.6 Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ) .....	52
C. Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN.....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Uji Validitas .....	34
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.3	Usia Responden. ....	41
Tabel 4.4	Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden. ....	42
Tabel 4.6	Status Pernikahan.....	43
Tabel 4.7	Lama menjadi Nasabah.....	43
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.11	Uji Heteroskedastisitas. ....	47
Tabel 4.12	Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.13	Analisa Hasil Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.14	Hasil Uji F hitung. ....	50
Tabel 4.15	Hasil Uji T secara Parsial.....	51
Tabel 4.16	Hasil Uji Determinasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Transaksi <i>e-money</i> di BSM.....	19
Gambar 2.2	Model Penerimaan Teknologi.....	21
Gambar 2.3	Kerangka Pikir .....	27
Gambar 4.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan .....	44
Gambar 4.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemanfaatan .....	45



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih berpengaruh dalam kemajuan di dunia teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi ini memberikan wawasan yang amat luas dan berpengaruh di masyarakat terutama pada generasi muda yang dapat mempermudah dalam memfasilitasi kegiatan sehari-hari salah satunya adalah telepon seluler (HP) dan internet. Data dari *Mastercard*, Indonesia masuk ke kuadran *Break Out* terkait dengan perkembangan teknologi. Artinya, meskipun skor Indonesia relatif rendah, tetapi masa depan Indonesia akan berubah secara cepat dan memiliki potensi untuk menjadi negara dengan ekonomi digital yang kuat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Prof. Dr. Sri Adiningsih, et al pada tahun 2019 menjelaskan salah satu yang memperkenalkan teknologi dengan layanan baru yang mengedepankan kemajuan, kemudahan akses, serta kenyamanan yaitu *Financial Technology (Fintech)*. *Financial Technology* merupakan gabungan antara teknologi digital dengan sistem keuangan. Teknologi keuangan sekarang mengubah cara pandang manusia akan model bisnis dari konvensional menjadi modern, dimana yang awalnya dalam sebuah transaksi harus bertatap muka, kini dapat dilakukan transaksi jarak jauh hanya dengan hitungan detik saja.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya inovasi baru yang dilakukan perbankan di Indonesia antaralain dengan mengeluarkan alat pembayaran berupa uang elektronik (*e-money*). Uang elektronik menjadi kategori utama dalam mendukung *non cashless money* (uang non tunai), Bank Syariah Mandiri turut berkontribusi dalam perkembangan uang non tunai sebagai salah satu

instrumen alat pembayaran non tunai. Kemudian Bank Indonesia menetapkan dengan adanya Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*). Bank Indonesia memiliki program untuk membantu bisnis alat pembayaran menggunakan kartu (APMK), seperti kartu kredit, kartu ATM, dan uang elektronik (*e-money*) hal ini bisa menjadi salah satu hal yang sangat bisa mendukung bank syariah dalam memperluas dan meningkatkan produk khususnya dalam hal APMK.

Menurut Hartono (2007) teknologi *e-money* diharapkan dapat menjadi bentuk pengetahuan yang bermanfaat terhadap teknologi tersebut. Namun *e-money* masih kurang di gemari, karena kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kemudahan penggunaan dan kemanfaatan bertransaksi menggunakan *e-money*, sehingga kepercayaan terhadap pembayaran via *e-money* belum sesuai dengan tujuannya yaitu bertransaksi menggunakan *e-money* itu mempermudah dan simpel, bukan mempersulit.

(*Technology Acceptance Model/ TAM*) salah satu teori tentang pendekatan pemanfaatan penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi. TAM ini diperkenalkan oleh Fred D. Davis(1989) yang mengembangkan kerangka pemikiran mengenai minat untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi kemudahan penggunaan(*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Kedua faktor tersebut yang akan mempengaruhi keinginan untuk menggunakan teknologi. Sedangkan variabel eksternal yang akan digunakan dalam TAM berdasarkan penelitian, peneliti menggunakan satu variabel yaitu minat

nasabah/pengguna.

Minat pengguna sangat diperhatikan sebagai tolak ukur selaku objek itu sendiri. Minat pengguna biasanya lebih mencermati faktor kekurangan dari teknologi itu. Penerapan teknologi keuangan memberikan kontribusi yang positif bagi penggunanya. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk. Asumsi preferensi konsumen dalam penelitian ini lebih menekankan pada keputusan nasabah menggunakan kartu pembayaran elektronik. Peningkatan aksesibilitas terhadap penggunaan kartu pembayaran elektronik sangat penting untuk peningkatan produktivitas transaksi pembayaran. Semakin terbukanya akses terhadap penggunaan kartu pembayaran elektronik maka semakin mudah bagi konsumen untuk menggunakan kartu pembayaran elektronik dimanapun dan kapanpun. Kemudahan serta manfaat dalam menggunakan teknologi dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat atas penerapan teknologi tersebut. Nasabah yang semakin percaya bahwa bank akan memenuhi segala transaksi seperti yang dijanjikan kepada nasabah dan menu-menu yang semakin meningkatkan kepercayaan dan minat nasabah dalam bertransaksi online ini akan berpengaruh positif pada niat untuk menggunakan *e-money*.

Menurut Soemanto (1998) minat dalam kamus besar bahasa Indonesia yang dapat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan. Minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu objek atau aktivitas tertentu yang dianggap menyenangkan dan akan menolak objek tersebut jika ia merasa tidak menyenangkan. Keinginan mempunyai 2 macam, yaitu :

1. Keinginan sosial, adalah keinginan yang dipelajari dari pengalaman sosial.
2. Keinginan yang instinktif, adalah keinginan yang tidak dipelajari dan berdasarkan pada rasa cinta diri yang teramati dalam gejala-gejala : lapar, haus.

Dengan adanya produk *e-money* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri, (BSM) tentu akan ada pengaruh positif bagi para nasabah khususnya nasabah BSM yang akan muncul dikemudian hari. Menjadi menarik untuk dilihat pengaruh apa saja yang akan terjadi nanti apabila Bank Syariah Mandiri (BSM) menerapkan *e-money* seutuhnya terutama efek pada persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Penelitian ini mengkaji bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan langkah-langkah mendorong pengguna menerima teknologi informasi dan komunikasi.

Dengan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Menggunakan Produk *E-Money***”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana faktor persepsi kemudahan penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri ?
2. Bagaimana faktor persepsi kemanfaatan menggunakan produk *e-money* berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor persepsi kemudahan penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri .
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor persepsi kemanfaatan dalam menggunakan produk *e-money* berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri.

## **D. Manfaat Penelitian**

Di samping mempunyai tujuan di atas, dalam penelitian ini juga mempunyai manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademisi

Bagi akademik, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan gagasan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, memperkaya bahasan kepustakaan dan dapat pula digunakan sebagai referensi yang relevan bagi penelitian kedepannya.

## 2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi sekaligus pembelajaran bagi perusahaan untuk kedepannya. Selain itu bagi perbankan agar dapat melihat bagaimana besarnya pengaruh keputusan pembelian nasabah.

### E. Sistematika Penulisan

Pembahasan skripsi ini dijabarkan menjadi lima bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Gambaran sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

Bab *pertama*, berisi pendahuluan yang didalamnya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab *kedua*, bab ini didalamnya terdapat telaah pustaka dan landasan teori tentang topik penelitian, yang terdiri dari : Uang Elektronik (*e-money*), Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Minat menggunakan *e-money*, dan telaah pustaka.

Bab *ketiga*, yang menggambarkan tentang metode yang digunakan penulis dalam meneliti penelitian ini. Dan berisi tentang tata cara pelaksanaan penelitian yang bertujuan untuk mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti. Bab metodologi ini akan terbagi menjadi beberapa bagian pokok, yaitu : desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan untuk memperoleh hasil penelitian.

Bab *keempat*, bab ini membahas tentang hasil analisis data dan pembahasan terhadap data yang didapatkan. Dan data yang dianalisis sesuai dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian ini.

Bab *kelima*, bab ini merupakan bagian akhir berisi penutup yang akan membahas mengenai kesimpulan penulisan, selain itu, dalam penelitian ini juga berisi saran untuk perbaikan penelitian selanjutnya serta perbaikan terhadap temuan-temuan dilapangan yang berkaitan dengan hasil penelitian dan ditujukan kepada pihak terkait.



## BAB II

### KERANGKA TEORI / LANDASAN TEORI

#### A. Telaah Pustaka / Literature Review

Pada bagian telaah pustaka bertujuan untuk mencari data dalam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam penulisan skripsi ini. Penyusun menyajikan beberapa tulisan hasil penelitian terdahulu yang berkesinambungan dengan permasalahan serupa agar dapat dibandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang berhasil penyusun temukan sebagai berikut:

*Pertama*, Anwar (2019) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Program Non Ekonomi Islam Terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah*, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi mahasiswa program studi non ekonomi syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dan hasil dari penelitian tersebut adalah penelitian dilakukan dengan menggunakan variabel independen persepsi mahasiswa dengan indikator bunga bank, sistem bagi hasil, dan produk bank syariah yang melalui teknik *incidental sampling* dengan 100 responden dan metode penyebaran angket dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa non ekonomi islam secara keseluruhan pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

*Kedua*, Winayu, N. Y. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Minat menggunakan E-commerce Forum Jual Beli Kaskus*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus, pengaruh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus, pengaruh kemanfaatan (*perceived usefulness*) terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus dan pengaruh kepercayaan, *Perceived Ease*

*Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat menggunakan *E-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2009 hingga 2012 FE UNY. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus. *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus, *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-commerce* forum jual beli kaskus serta kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-commerce* Forum Jual Beli Kaskus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2009 hingga 2012 FE UNY.

*Ketiga*, Alhifni (2017) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah*, yang bertujuan untuk mengetahui media promosi perbankan syariah yang berpengaruh dalam menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, serta untuk menjelaskan karakteristik, fenomena atau masalah yang terjadi diteliti. Dan hasil dari penelitian ini adalah masyarakat menunjukkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan beberapa kriteria yaitu: yang pertama promosi lewat media televisi dan internet memberikan dampak paling banyak terhadap minat menabung masyarakat dan yang kedua promosi melalui media koran tetapi media ini mendapatkan tanggapan lebih rendah.

*Keempat*, Andespa (2017) yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*, yang bertujuan untuk dapat memuaskan nasabah dengan cara bank menciptakan produk jasa serta pihak bank harus terus mengubah, menyesuaikan dan mengembangkan produknya untuk mengikuti perubahan dalam keinginan dan selera nasabah serta menegaskan bahwa kegiatan-kegiatan pemasaran berawal dan berakhir pada nasabah. Dan hasil dari penelitian ini yaitu pengaruh

kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah adalah untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap pujian yang dilakukan oleh nasabah kepada bank.

*Kelima*, Mahisa Bima Sakti (2013) judul penelitiannya adalah *Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, Fitur Layanan Terhadap Minat Dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Penggok Kabupaten Blitar)*, yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh persepsi pengguna teknologi informasi, kemudahan, Resiko dan fitur layanan terhadap minat dan ATM. Serta hasil dari penelitian ini adalah tentang faktor kemudahan dan faktor layanan berpengaruh terhadap minat dan penggunaan ATM. Sedangkan faktor persepsi penggunaan teknologi informasi dan faktor risiko tidak berpengaruh terhadap penggunaan bank.

*Keenam*, Singgih Priambodo (2015) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (studi kasus pada masyarakat di Kota Semarang)*, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik di Kota Semarang, serta hasil dari penelitian ini adalah tentang persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

*Ketujuh*, Habsari Candraditya (2013) yang berjudul *Analisis Penggunaan Uang Elektronik (studi kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*, bertujuan untuk mengetahui faktor minat mahasiswa untuk menggunakan kartu Flazz BCA, yang digunakan tidak hanya sebagai kartu identitas saja tetapi juga digunakan sebagai alat pembayaran. Dan hasil

penelitian ini adalah tentang analisis faktor minat mahasiswa untuk menggunakan kartu *Flazz BCA* tidak hanya sebagai kartu identitas saja, namun juga digunakan sebagai alat pembayaran.

*Kedelapan*, Ramadani (2016) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa*, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa, karena semakin tinggi penggunaan kartu debit maka akan meningkatnya pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan karena secara psikologis seseorang mereka akan lebih memilih yang lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk non-tunai dibanding tunai. Dan hasil dari penelitian ini adalah tentang pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa, dikarenakan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan dalam uang elektronik (*e-money*) sehingga penggunaan uang elektronik semakin meningkat di kalangan mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan uang elektronik maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa.

*Kesembilan*, Debbie Aryani Tribudi (2019) yang berjudul *Determinasi Transaksi Dengan Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia*, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui determinasi transaksi dengan menggunakan uang elektronik di Indonesia, dengan menggunakan data runtunwaktu, berupa bulan, pada tahun 2013-2017 dan berasal dari Bank Indonesia. Dan hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa semakin luasnya penggunaan transaksi dengan uang elektronik yang dilakukan masyarakat, sehingga perlu dibuat aturan yang dapat meminimalkan kerugian dari semua pihak dan meningkatkan fasilitas pendukungnya.

*Kesepuluh, Tecualu (2011) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank Indonesia, tujuan penelitian adalah yaitu seiring dengan perkembangan adanya internet, layanan-layanan bertransaksi diperbankan saat ini merupakan suatu jawaban atas tantangan masyarakat dunia modern yang dimana menginginkan gaya hidup yang semakin mudah, cepat dan nyaman. Kemudahan ini lah nasabah bisa bertransaksi tanpa harus keluar rumah, tidak dikejar waktu saat bertransaksi serta tidak harus mengeluarkan tenaga yang lebih karena bisa bebas dari antrian. Dan hasilnya adalah tentang transaksi perbankan melalui internet telah ada di dunia sejak tahun 1994. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong pelanggan untuk mengadopsi layanan internet banking di Indonesia.*

*Kesebelas, Soraya (2015) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk mengakses portal media Jakarta Smart City. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20. Populasi adalah masyarakat yang mengikuti acara volunteer Activity berjumlah 120 orang. Jumlah sampel sebesar 30 orang, dengan teknik pengambilan sampel Accidental Sampling. Dan hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, kebutuhan, keluarga, prasarana dan sarana dan lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap Minat.*

*Keduabelas, Brono Widiatmoko, D. S. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Membuka Rekening Tahapan Xpresi Pada BCA Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen atau perilaku konsumen dalam menggunakan rekening tabungan Tahapan Xpresi di BCA Medan serta mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mana mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan tabungan Tahapan Xpresi. Data yang*

diperoleh dari 135 orang responden adalah normal yang telah diuji secara uji grafik. Sebelum uji grafik terlebih dahulu kuesioner diuji validitas dan reliabel (keakuratan dan ketepatan) terhadap 30 orang responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap stimulus dan budaya pemasaran secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen di PT menggunakan tabungan Tahapan Xpresi dan antarvariabel independen yang diteliti, menunjukkan bahwa variabel persepsi rangsangan pemasaran mempunyai pengaruh yang dominan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan tabungan Tahapan Xpresi.



## B. Landasan Teori

### 1. Uang Elektronik (*E-Money*)

#### a. Konsep Umum Uang Elektronik (*E-money*)

Bank Indonesia pertama kali menerbitkan izin *e-money* pada tahun 2009 melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas, Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*). Perbankan di Indonesia yang paling banyak menerbitkan *e-money* adalah *Bank Central Asia* (BCA), selanjutnya Bank Mandiri yang mengedarkan *e-money* per September 2017. Uang elektronik atau *e-money* berdasarkan publikasi yang diterbitkan oleh *Bank for International Settlement* (BIS) didefinisikan sebagai suatu produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang (Hidayati et al., 2006). Uang elektronik (*e-money*) adalah alat transaksi pembayaran non tunai dengan menggunakan media elektronik yaitu internet dan jaringan komputer. Munculnya *e-money* sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Republik Indonesia. *E-money* sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro. Nama lain *e-money* adalah *digital money*, *digital currency*, *electronic cash*, *digital cash*.

Menurut Adiyanti (2015) sistem alat pembayaran saat ini membawa suatu perubahan dalam kebutuhan masyarakat yaitu lebih memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, tidak membutuhkan uang tunai dalam kegiatan tertentu dan lain-lain. Semakin canggih perkembangan teknologi alat pembayaran pun berdampak terus berubah-ubah / mengikuti zaman, mulai dari uang berbentuk logam, uang kertas, hingga alat pembayaran dapat ditempatkan pada suatu wadah. Tujuan awal penggunaan *e-money* untuk kepraktisan, hanya

sekali tekan transaksi berhasil dilakukan, selain itu tidak perlu membawa uang tunai jika ingin membeli sesuatu. Namun pada dasarnya *e-money* tidak bertujuan untuk mengganti fungsi uang tunai secara total. Pemegang kartu *e-money* sebaiknya memilih kartu *e-money* sesuai kebutuhan. Hal ini karena ada banyak kartu *e-money* yang beredar di pasaran dan menawarkan fasilitas pembayaran yang tidak sama. Selain itu tidak semua pedagang yang dapat menerima transaksi pembayaran melalui *e-money*.

Perkembangan dan kemajuan perbankan syariah dalam industri perbankan di Indonesia membuat persaingan antar bank semakin kompetitif. Lalu Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan 2 fatwa yang berkaitan dengan aktivitas atau produk lembaga keuangan syariah dan lembaga bisnis syariah yaitu Fatwa yang pertama yaitu tentang Uang Elektronik Syariah No 116/DSN/MUI/IX/2017, dan Fatwa yang kedua yaitu tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berbasis Syariah No 117/DSN-MUI/IX/2018 (detik.com, 2019). Berikut ini adalah akad yang tertera dari fatwa diatas :

1. Penerbit dengan pemegang uang elektronik, yaitu akad *wadiah*/akad *qardh*.
2. Penerbit dengan penyelenggaraan uang elektronik dan agen layanan keuangan digital, yaitu akad *ijarah*, akad *ju'alah*, akad *wakalah bi al ujah*. Akad dari *fintech* Syariah sendiri berupa akad-akad yang selaras dengan karakteristik layanan pembiayaan yaitu akad *mudharabah* dan akad *musyarakah* (detik.com, 2019).

Dengan adanya *e-money* syariah membuat sebagian masyarakat muslim memilih menggunakan *e-money* berbasis syariah. *E-money* syariah adalah suatu alat pembayaran atas transaksi jual barang. Akad utama yang digunakan dalam penyelenggaraan uang elektronik adalah akad *Sharf*, yaitu tukar-menukar atau jual beli uang. Menurut

perspektif syariah hukum uang elektronik adalah halal. Kehalalannya berlandaskan kaidah, setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan, hukumnya berubah menjadi haram apabila ada dalil yang mengharamkannya, maka saat itu hukumnya berubah menjadi haram (gomuslim.co.id, 2018). Saat ini beberapa Bank Syariah juga telah mengeluarkan produk yang terkait dengan uang elektronik. Mereka tidak akan berani meluncurkan produk itu kecuali setelah mendapat dukungan dari Otoritas Jasa Keuangan dan MUI. Melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional No 54/DSN-MUI/X/2006, uang elektronik sudah sah digunakan baik menurut agama maupun negara.

b. Manfaat *E-Money*

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain:

- 1) Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan pengguna tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e-money*.
- 2) Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses *otorisasi on-line*, tanda tangan maupun PIN.
- 3) *Electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan (Hidayati et al., 2006).

c. Jenis – jenis *E-Money*

Berdasarkan media yang digunakan untuk merekam nilai uang produk e-money umumnya dikategorikan atas dua kelompok yaitu *card-based product* dan *softwarebased product*.

1) *Card-based product (prepaid card)*

*E-money* dalam bentuk *card-based product* sering juga disebut sebagai *electronic purses*. *Card-based product* pada prinsipnya dimaksudkan untuk pembayaran yang bersifat langsung (*face to face*). Jenis produk ini menggunakan media kartu dengan teknologi *integrated circuit (IC)* atau dikenal dengan "*IC card*" yang mengandung *microprocessor chip (chip)*.

2) *Software-based product (prepaid software)*

Jenis *e-money* ini sering disebut juga *digital cash*. Produk *e-money* yang masuk dalam kelompok ini pada prinsipnya merupakan suatu aplikasi (*software*) yang kemudian di-install ke dalam suatu *Personal Computer (PC)* atau pun *smartphone*. Produk ini dikembangkan untuk melakukan transaksi melalui suatu jaringan komputer (internet) (Hidayati et al., 2006).

d. Kelebihan dan kekurangan *e-money* ([www.dosenpendidikan.co.id](http://www.dosenpendidikan.co.id))

1) Kelebihan *e-money*

- a) Mudah dan praktis (tidak perlu membawa uang tunai dan tidak perlu menunggu uang kembalian)
- b) Terhindar dari risiko pencurian
- c) Efisien waktu (transaksi lebih cepat)
- d) Transaksi menjadi lebih akurat karena dikelola oleh komputer dan mesin.

2) Kekurangan *e-money*

- a) Risiko diretas / dihack
- b) Mudah hilang (terselip / jatuh)

- c) Sisa saldo tidak dapat diuangkan
  - d) Kartu gampang rusak
  - e) Keterbatasan dalam mengisi ulang
- e. *E-money* di Bank Syariah Mandiri
- 1) Definisi *e-money* di BSM

Bank *e-money* sebenarnya bukan hal yang baru lahir di Indonesia, tetapi sudah hadir sejak tahun 2009-an. Kemudian Bank Syariah yang menerbitkan *e-money* hanya Bank Syariah Mandiri (BSM) yang *join business* dengan Bank Mandiri per September 2014. Kemunculan *e-money* tentu membawa dampak positif di masyarakat. Banyak kemudahan yang ditawarkan dengan adanya *e-money*. Salah satu kemudahannya yaitu dengan menggunakan *e-money* kitadimudahkan dengan tidak membawa sejumlah uang di kegiatan tertentu. Contohnya adalah transportasi di Ibukota yaitu Transjakarta pembayarannya dengan menggunakan *e-money* atau uang elektrik.

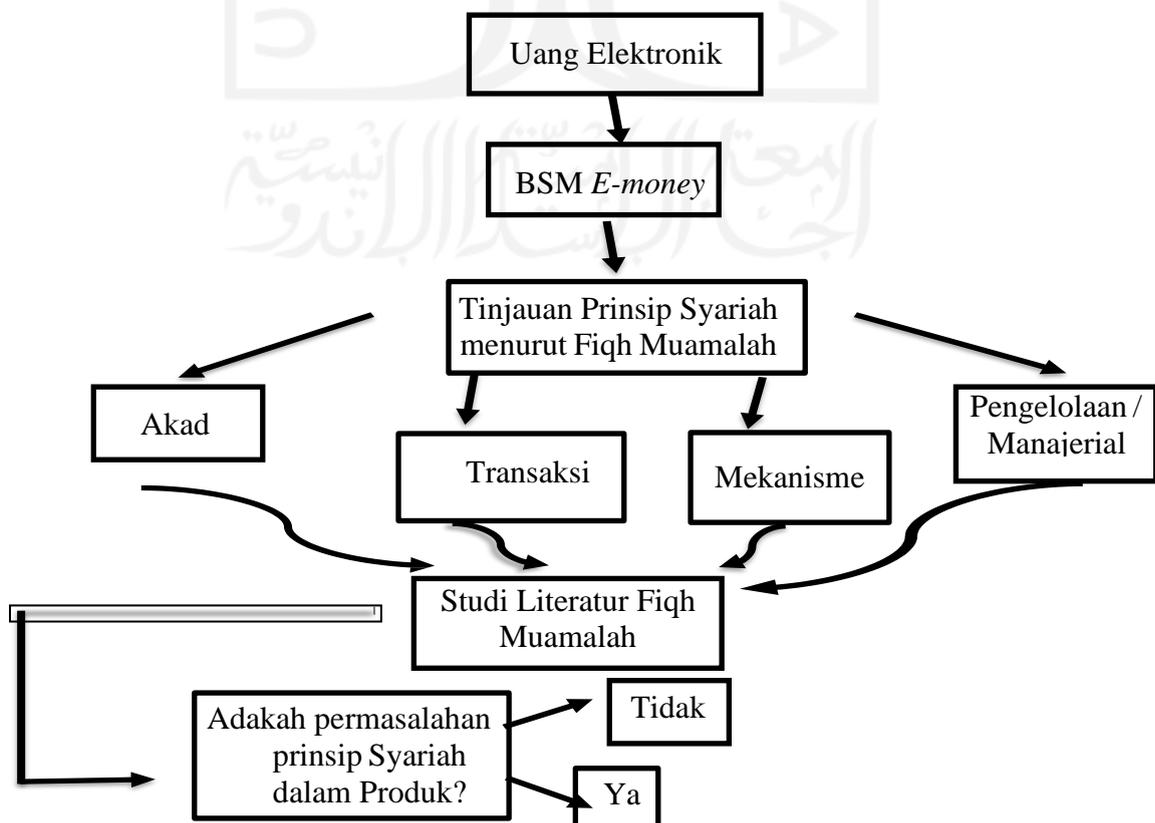
Selanjutnya disusul dengan banyaknya pembayaran-pembayaran lainnya yang menggunakan *e-money*. Saat ini Bank Syariah Mandiri (Mandiri Syariah) telah mendistribusikan sekitar 40,19persen kartu Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) per 14 Januari 2019. Jumlahnya sekitar 880 ribu kartu dari total kartu debit Mandiri Syariah yang beredar saat ini sekitar 2,2 juta kartu ([www.gomuslim.co.id](http://www.gomuslim.co.id), 2019 diakses 25 Agustus 2019). Nilai itu adalah hal yang wajar jika Bank Indonesia selalu mendorong perbankan syariah agar lebih aktif di instrumen ini, hal ini juga dalam rangka meningkatkan pelayanan untuk para nasabah.

## 2) Prinsip Transaksi dalam Islam

Menurut Ahmad Azhar Basyir (2000), merumuskan beberapa prinsip syariah dalam bertransaksi yaitu:

- a) Pada dasarnya segala bentuk muamalat adalah mubah, kecuali yang ditentukan lain oleh al-Qur'an dan Sunnah Rasul,
- b) Muamalat dilakukan atas dasar sukarela, tanpa mengandung unsur-unsur paksaan,
- c) Muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mafsadat dalam hidup bermasyarakat;
- d) Muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

## 3) Skema *e-money* di BSM



## 2.1 Skema Transaksi *e-money* diBSM

- 4) Fitur-fitur yang tersedia didalam *e-money* BSM
  - a) Pembayaran SPBU
  - b) Pembayaran di toko
  - c) Pembayaran tol
  - d) Pembayaran transportasi umum
  - e) Pembayaran di restoran / wahana hiburan
- 5) Perbedaan *E-Money* Syariah dengan Konvensional

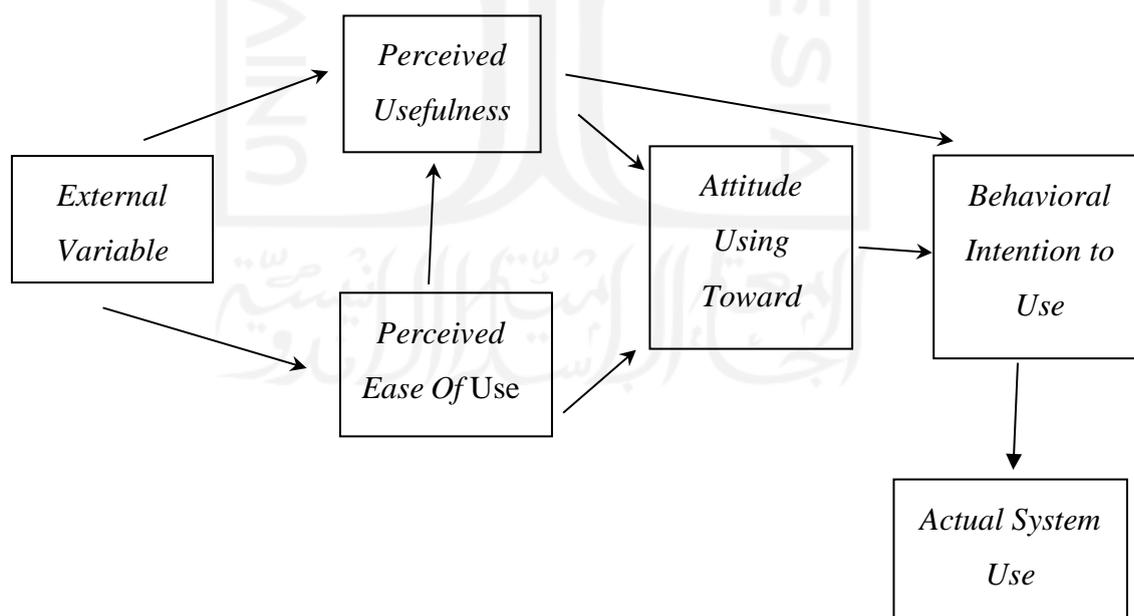
Secara karakteristik tidak ada perbedaan antara *e-money* syariah dengan *e-money* konvensional karena BSM *e-money* adalah *Co Branding* dari Bank Mandiri, tetapi secara penempatan uang yang menjadi perbedaan karena uang yang masuk akan diletakkan pada Giro BSM yang skemanya menggunakan akad-akad syariah.

## 2. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Menurut Hermawan (2006) model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* / TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh peneliti. Model penerimaan teknologi / TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1986. Davis mengembangkan TAM berdasarkan pengadopsian dari TRA yang dibuat khusus untuk pemodelan penerima pengguna terhadap sistem informasi. Tujuan utama TAM adalah untuk memberikan dasar untuk penelusuran pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan pengguna. Lee, Kozar, dan Larsen (2013) menjelaskan bahwa dalam kurung waktu 18 tahun terakhir TAM merupakan model yang populer dan banyak digunakan dalam berbagai penelitian mengenai proses adopsi teknologi informasi.

TAM memiliki dua keyakinan kognitif, yaitu persepsi kemudahan

(*perceived easy of use/ PEOU*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness / PU*) adalah pengaruh utama untuk perilaku penerimaan komputer. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai peluang subjektif seorang pengguna bahwa penggunaan suatu sistem aplikasi akan meningkatkan kerjanya dalam konteks organisasi. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan bahwa penggunaan sistem tersebut bebas dari usaha (Hermawan, 2006). Menurut Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan apabila pemakai merasa bahwa sistem masih berguna. Berikut ini adalah gambaran mengenai model dari TAM (Davis dan Venkatesh, 1995). Penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh persepsi kemudahan (*perceived easy of use/ PEOU*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness / PU*) karena keduanya memiliki determinan yang tinggi dan validitas yang telah teruji secara empiris. Kedua persepsi ini secara bersamaan menentukan sikap seseorang dalam penggunaan teknologi. Berikut ini adalah gambaran mengenai model dari TAM :



## 2.2 Model Penerimaan Teknologi

### 3. **Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use / PEOU*)**

Kemudahan adalah suatu tahapan dimana diri seseorang atau individu mempercayai bahwa teknologi informasi (IT) dapat mudah dimengerti/ mudah dipahami. Davis (1989) dalam Wahid (2007) mengartikan bahwa kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut mudah digunakan. Begitu juga sebaliknya, ketika sistem tidak mudah digunakan maka sistem teknologi tersebut tidak akan digunakan. Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan penggunaan secara kontras mengacu pada suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem layanan tersebut tidak perlu bersusah payah. Kemudahan juga diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Tentang kemudahan didalam Al-Qur'an terdapat dalam Surah Al-Insyirah (94) ayat 4-5 sebagai berikut :

وَرَفَعْنَا لَكَ ذِكْرَكَ (4) وَرَفَعْنَا لَكَ ذِكْرَكَ (5)

Artinya : “Dan kami tinggikan bagimu sebutan (nama)mu. Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

Maksud dari surat diatas yaitu untuk menuntun kita dalam setiap langkah aktivitas agar selalu dalam bingkai kemudahan dan tidak untuk mempersulit diri. Jika dikaitkan dengan adanya *e-money* disini agar manusia dalam melakukan kegiatan transaksi terkait dengan uang bisa menjadi lebih mudah daripada harus membawa uang tunai yang jumlahnya banyak. Menurut Handayani (2009) ada enam hal yang membangun *Perceived Ease of Use*, yaitu :

- a. Mudah dipelajari
- b. Dapat dikontrol
- c. Jelas dan dapat dipahami
- d. Fleksibel
- e. Mudah untuk menjadi terampil
- f. Mudah untuk digunakan

*Perceived Ease of Use* mempengaruhi secara positif pada penerimaan (*Acceptance/ ACC*) dengan dasar pemikiran bahwa semakin tinggi kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan suatu sistem akan mempertinggi tingkat penerimaan sistem itu sendiri (Handayani, 2009). Persepsi kemudahan penggunaan *e-money* berarti bahwa nasabah beranggapan bertransaksi melalui *e-money* mudah untuk dimengerti. Apabila *e-money* dipersepsikan mudah dimengerti, maka produk tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Sebaliknya, bila *e-money* dipersepsikan tidak mudah untuk dimengerti dan digunakan maka produk tersebut tidak menimbulkan rasa minat bagi nasabah untuk menggunakannya. Jika nasabah beranggapan penggunaan produk *e-money* tidak dibutuhkan banyak usaha dan ketika produk tersebut mereka merasa bahwa pekerjaan yang diinginkan akan lebih mudah, maka *e-money* akan sering digunakan pula oleh nasabah.

#### 4. **Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness/ PU*)**

*Useful* mempunyai arti tersendiri yaitu: kemampuan yang digunakan lebih menguntungkan. Menurut Jogiyanto (2007) *Perceived Usefulness* atau persepsi kemanfaatan diartikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat akan dirasakan oleh setiap individu

tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut. Ada enam hal yang membangun *Perceived Usefulness*, yaitu :

- a. Bekerja lebih cepat
- b. Meningkatkan kinerja
- c. Meningkatkan produktivitas
- d. Lebih Efektif
- e. Memudahkan pekerjaan
- f. Bermanfaat dalam pekerjaan

*Perceived Usefulness* diyakini mempengaruhi *Acceptance* dengan dasar pemikiran bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna dapat meningkatkan *Acceptance* itu sendiri (Handayani, 2009). Adamson dan Shine (2003) dalam Irmadani (2012) mendefinisikan bahwaseseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya. Kebermanfaatan dalam menggunakan *e-money* merupakan manfaat yang akan diharapkan oleh nasabah atau pengguna dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya. Persepsi kemanfaatan dalam menggunakan produk *e-money* merupakan pandangan subjektif dari nasabah mengenai manfaat yang diperoleh dalam peningkatan kinerja karena menggunakan *e-money*. Sikap positif untuk menggunakan *e-money* timbul karena keyakinan bahwa *e-money* mampu memberikan rasa aman dalam bertransaksi, mampu menyelesaikan transaksi lebih cepat, mampu memberikan keuntungan, dan mampu menambah tingkat produktivitas.

## 5. Minat penggunaan

Minat (*interest*) yaitu kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau kemauan yang besar terhadap sesuatu. Minat menurut Reber yang dikutip dari Syah (2013) buku psikologi belajar yaitu minat yang tidak termasuk istilah populer dalam psikologi karena keterkaitan pada faktor-faktor internal lainnya seperti : pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan. Sedangkan menurut Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu yang ada diluar. Semakin kuat atau dekatnya hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai atau memperoleh benda/tujuan yang diminati. (Djamarah, 2008).

Selanjutnya Ahmadi (1998) minat juga merupakan sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi) yang tertuju pada sesuatu dari dalam hubungan itu perasaan yang terkuat. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu dipelajari dan mempengaruhi belajar serta mempengaruhi penerimaan minat-minat baru. Jadi minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya. Walaupun minat terhadap sesuatu hal tidak merupakan hal yang hakiki untuk dapat mempelajari hal tersebut, asumsi umum menyatakan bahwa minat akan membantu seseorang mempelajarinya (Slameto, 2003).

Minat perilaku teknologi didefinisikan sebagai minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dengan menggunakan teknologi. Berdasarkan penelitian terdahulu Kharismayanti (2012) dalam Nunik Yuli Winayu (2013) indikator pada variabel minat adalah keinginan unruk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang. Ketiga indikator tersebut juga mengacu pada

indikator minat menggunakan yang diutarakan oleh Jogiyanto (2007). Para nasabah yang berminat menggunakan *e-money* akan memiliki keinginan untuk menggunakan produk tersebut. Jika pengguna merasa yakin dengan produk *e-money*, maka pengguna akan selalu mencoba untuk menggunakannya dan jadi gaya hidup mereka dalam bertransaksi perbankan. Apabila nasabah yang telah menggunakan *e-money* dan merasa senang atau puas dengan produk *e-money* yang digunakannya maka dia akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali dimasa yang akan datang atau berlanjut.

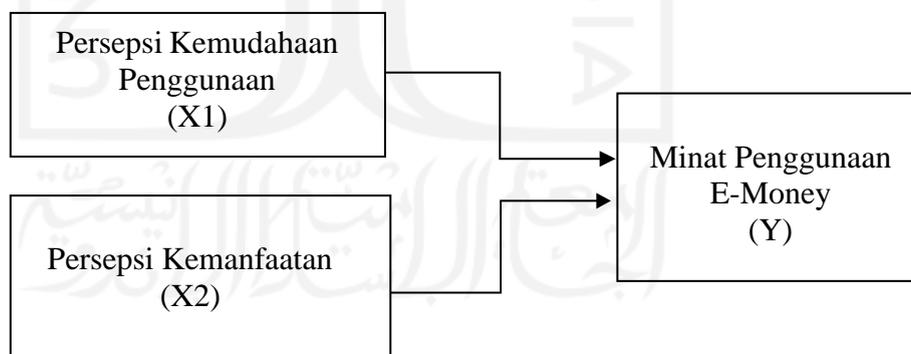
a. Macam-macam minat

- 1) Berdasarkan timbulnya, minatnya dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis dan jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan makan, minum, bebas bergaul dan sebagainya. Sedangkan minat cultural adalah minat yang timbul karena proses belajar. Jadi minat kultural disini lebih tinggi nilainya dari pada minat primitif.
- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu : *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, dan *inventoried interest*.
  - a) *Expressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menjelaskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak

disenangi.

- b) *Manifest Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.
- c) *Tested Interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d) *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan (Wahab, 2004).

### C. Kerangka Pikir



2.3 Gambar Kerangka Pikir

#### D. Pengujian Hipotesis

Untuk menarik kesimpulan, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis yaitu pernyataan yang dapat diuji mengenai hubungan potensial antara 2 atau lebih variabel yaitu :

H1 : Terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan terhadap minat nasabah BSM dalam menggunakan *e-money*.

H2 : Terdapat pengaruh positif Persepsi Kemudahan terhadap minat nasabah BSM dalam menggunakan *e-money*.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dalam pembahasan dan pengumpulan data penulisan skripsi ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Format deskriptif studi kasus tidak memiliki ciri-ciri pemairan (menyebarkan dipermukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai variabel (Bungin, 2005). Penelitian ini peneliti menggunakan penelitian secara online dengan menyebarkan koesioner memanfaatkan fasilitas *google form*. Setelah itu hasil data yang diperoleh akan peneliti analisis kemudian akan peneliti paparkan menggunakan statistik.

#### **B. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu pokok tema yang menjadi perhatian dari suatu penelitian dan berfungsi sebagai topik yang ingin diteliti dan dibahas. Maka dari itu objek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan produk *e-money* di Yogyakarta.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian disimpulkan. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi keseluruhan

karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu (Sugiyono, 2008). Populasi merujuk pada keseluruhan kelompok dari mana sampel-sampel diambil (Setyosari, 2010). Populasi yang secara kuantitatif jumlahnya cukup besar sering tidak mungkin untuk dijangkau seluruhnya. Kendalanya antara lain terbatasnya dana, waktu dan tenaga disamping hasilnya yang belum tentu objektif. Keadaan ini yang mengharuskan dari sejumlah populasi ditetapkan sejumlah sampel. Penelitian menggunakan regresi linear berganda

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta dari tahun 2014-2019. Dipilihnya seluruh nasabah BSM di Yogyakarta sebagai populasi penelitian ini didasarkan pada alasan karena untuk dapat memakai kartu debit, ATM dan *e-money* yang diterbitkan adalah menjadi nasabah terlebih dahulu dan juga karena BSM adalah satu-satunya Bank Syariah Mandiri yang mengeluarkan kartu *e-money*. Penggunaan *e-money* ini tidak bisa dihitung jumlahnya, karena keterbatasan waktu dan biaya sehingga peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (Purwanto, 2008). Teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih secara sengaja menyesuaikan dengan kriteria tertentu. Kriteria untuk menentukan sampel pada penelitian ini agar lebih spesifik yakni :

1. Responden merupakan Nasabah Bank Syariah Mandiri.
2. Responden pernah menggunakan *e-money*.
3. Sudah menggunakan *e-money* 1-4tahun.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil peneliti mengacu pada teori yang diajukan oleh Roscoe (1975) yang dikutip Uma Sekaran (2006). Sebagai berikut :

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data. Dalam penelitian ini jumlah populasi nasabah BSM sangat sulit diketahui secara pasti. Dengan dasar tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar jumlah variabel dalam penelitian ini ada 3, maka  $10 \times 3 = 30$ . Yang artinya jumlah sampel ditentukan melalui perhitungan rumus Roscoe diperoleh jumlah sampel sebesar 30 orang.

#### **D. Sumber Data Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan data primer. Dataprimer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (Purwanto, 2008). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Kuesioner ini digunakan oleh peneliti berupa pertanyaan/pernyataan yang bersifat tertutup. Kuesioner akan diberikan langsung oleh peneliti kepada responden/nasabah.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian secara online dengan menyebarkan koesioner/angket memanfaatkan fasilitas *google form*. Angket adalah suatu daftar yang berisikan beberapa rangkaian pertanyaan tertulis mengenai suatu masalah yang dirancang untuk mengumpulkan data yang akan disebarkan kepada responden untuk dijawab dan dari jawaban tersebut diperoleh data penelitian. Pada penelitian ini angket akan disebarkan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta yang telah menggunakan *e-money* dengan syarat ketentuan responden.

#### **F. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel bertujuan untuk mengoperasikan variabel-variabel penelitian sehingga dapat diukur secara empiris. Untuk mengoperasikan variabel penelitian, dilakukan melalui operasionalisasi

konsep teori yang digunakan untuk setiap variabel. Variabel-variabel yang terdapat di dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Dependen (Y)

1) Minat Nasabah

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *e-money*. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat menggunakan *e-money* yaitu keinginan seseorang untuk mengakses fitur layanan yang ada di uang elektronik/ *e-money*. Instrument pengukur variabel independen minat dalam penelitian ini, yaitu : keinginan menggunakan, selalu mencoba menggunakan, berlanjut di masa yang akan datang. Variabel ini diukur melalui lima pertanyaan.

b. Variabel Independen (X)

1) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

Persepsi kemudahan penggunaan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersenut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang dalam memegang uang tunai. Indikator untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan ini berupa layanan *e-money* mudah untuk digunakan, dan mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.

2) Persepsi Kemanfaatan (X2)

Persepsi kemanfaatan merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Dengan demikian, jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan

teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik itu dapat berupa keuntungan bagidirinya, maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi kurang bermanfaat maka dia tidak akan menggunakannya. Persepsi kemanfaatan dapat disimpulkan sebagai keputusan seseorang akan menggunakan sebuah teknologi apabila teknologi itu dapat memberikan pengaruh positif bagi dirinya. Indikator untuk mengukur variabel kemanfaatan adalah mampu memberikan manfaat bagi individu.

#### G. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2001) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Fenomena alam maupun social juga disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Penyusun kuesioner dalam penelitian ini akan disusun dengan cara memodifikasi kuesioner dari penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penyusunan instrument penelitian, peneliti menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengetahui penilaian seseorang terhadap suatu hal (sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang/kelompok) (Sugiyono, 2001). Berikut ini merupakan skor Skala *Likert* untuk analisis Kuantitatif dalam penelitian. Untuk pertanyaan positif mulai skor 1 sangat tidak setuju sampai skor 5 untuk sangat setuju sedangkan untuk pertanyaan negatif mulai dari skor 1 sangat setuju sampai skor 5 untuk sangat tidak setuju. Nilai rata – rata dari masing – masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval, dengan jumlah kelas 5, sehingga intervalnya dapat dihitung:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimal}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Jawaban dari setiap indicator dan item *instrument* yang menggunakan skala *likert* mempunyai skala yaitu:

1. Nilai jawaban 1,00 s/d 1,79 = Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan dan Minat Nasabah sangat rendah/sangat buruk.
2. Nilai jawaban 1,80 s/d 2,59 = Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan dan Minat Nasabah rendah/ buruk.
3. Nilai jawaban 2,60 s/d 3,39 = Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan dan Minat Nasabah cukup.
4. Nilai jawaban 3,40 s/d 4,19 = Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan dan Minat Nasabah tinggi/baik.
5. Nilai jawaban 4,20 s/d 5,00 = Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan dan Minat Nasabah sangat Tinggi/sangat baik.

## H. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2005) uji validitas untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka digunakan rumus korelasi *Produk Moment*. Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 21.. Uji ini dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner kuat untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2001).

**Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Sig (2 Tailed)	Keterangan
Persepsi	Item 1	0.000	Valid
	Item 2	0.000	Valid

Kemudahan	Item 3	0.000	Valid
	Item 4	0.000	Valid
Persepsi Manfaat	Item 1	0.000	Valid
	Item 2	0.000	Valid
	Item 3	0.000	Valid
	Item 4	0.000	Valid
Minat Nasabah	Item 1	0.000	Valid
	Item 2	0.000	Valid
	Item 3	0.000	Valid
	Item 4	0.000	Valid
	Item 5	0.000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 3.1 menunjukkan besarnya nilai *sig* seluruh butir pertanyaan nilainya lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item masing-masing variabel memenuhi syarat untuk **valid** dan kuesioner dalam penelitian ini **dapat** digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu regresi linier berganda.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Untuk menghitung reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka kuesioner dinyatakan *reliabel* (Ghozali, 2001) .

**Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai kritis	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0.902	0.6	Reliabel
Persepsi Manfaat	0.771	0.6	Reliabel
Minat Nasabah	0.883	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.2 hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan minat nasabah adalah 0.902, 0.772, 0.883 yang artinya penelitian lebih besar dari nilai koefisien alpha diatas 0,6 dan semua variabel tersebut adalah reliabel.

## I. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang ditunjukkan ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas (Wijaya, 2009). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* ( $\alpha$ ).

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari kesalahan satu pengamatan ke pengamatan lain (Wijaya, 2009). Uji heteroskedastisitas di program SPSS hanya menyediakan tampilan grafik *scatterplot*, yang dimana grafik ini menunjukkan bahwa sebaran data *residual error* memiliki varians yang konstan atau disebut homoskedastisitas

(Setianto, 2018).

### 3. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell Shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tidak miring kekiri atau miring kekanan. Uji normalitas pada multivariat sebenarnya sangat kompleks, karena harus dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Namun uji ini bisa juga dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa *jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas*, maka secara bersama-sama (multivariat) variabel-variabel tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2002).

### J. Regresi linier berganda

Regresi linier berganda adalah analisis regresi yang melibatkan lebih dari 2 variabel. Kegunaan regresi linier berganda ialah untuk menguji tentang signifikan atau tidaknya variabel bebas terhadap satu variabel tergantug dan memprediksi variabel tergantug dengan menggunakan variabel bebas (Sarwono, 2006). Adapun model persamaan regresi linier berganda ini menggunakan bentuk formula yang dinyatakan (Hadi, 2006) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

- Y = Variabel Dependen (tergantug)
- a = Konstanta yang menunjukkan besarnya nilai Y bila X = 0
- b<sub>1</sub>-b<sub>2</sub> = Konstanta yang menunjukkan besar peran X dalam menentukan besar Y
- X<sub>1</sub> - X<sub>2</sub> = Variabel Independen (bebas)
- ε = Kesalahan ( Error )

## K. Uji Hipotesis

### 1. Uji F ( pengujian Hipotesis F/ ANOVA)

Uji F digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan) mempengaruhi variabel terikat (minat nasabah). Uji ini dilakukan untuk membuktikan kebenaran hipotesis maka harus dilakukan uji F secara simultan, yaitu membandingkan uji F hitung dengan F tabel. Dimana F hitung

$> F$  tabel dengan tingkat signifikansi = 0.05. Jadi, apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat. Dan sebaliknya, apabila F hitung lebih kecil dari F tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

### 2. Uji T ( Uji Parsial )

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Bila T hitung  $> T$  tabel : maka  $H_0$  ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.
- b. Bila T hitung  $< T$  tabel : maka  $H_0$  diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

## L. Koefisien Determinasi (*r square*)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu, berarti indikator yang digunakan menunjukkan semakin kuat pengaruh perubahan variabel X terhadap variabel Y (Sugiyono, 2008).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Mandiri (BSM)**

Bank Syariah Mandiri berdiri pada tahun 1955 dengan nama Bank Industri Nasional. Bank ini beberapa kali berganti nama dan terakhir kali berganti nama menjadi Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999 setelah sebelumnya bernama Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi.

Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan syariah Indonesia. Bank Syariah Mandiri hadir bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang mewujudkan suatu perkembangan ekonomi bersama masyarakat yang berlandaskan syariah dan juga berorientasi mencari laba untuk anggota dan lingkungan dalam perusahaan.

Bank Syariah Mandiri memiliki cabang di setiap provinsi, baik itu berupa kantor cabang, kantor cabang pembantu maupun kantor kas yang siap melayani nasabah Bank Syariah Mandiri yang tersebar di setiap daerah. Di Yogyakarta Bank Syariah Mandiri memiliki 1 Kantor Cabang, 9 Kantor Cabang Pembantu dan 3 kantor kas.

##### **2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri**

“Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah”. Dan juga bentuk penerapan teknologi informasi inilah sebagai bentuk fasilitas dari bank dalam melayani nasabah dengan baik.

### 3. Sejarah Bank Syariah Mandiri (BSM) merilis *E-Money*

Uang Elektronik (*e-money*) dikuasai oleh perbankan konvensional maupun institusi keuangan lain yang tidak berjalan sesuai prinsip syariah. Sampai dengan bulan September 2016 hanya ada 2 produk dari perbankan syariah yang mengeluarkan produk uang elektronik. Kedua produk tersebut adalah produk *e-money* dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yang telah dirilis pada tanggal 2 November 2014.

Bank Mandiri bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri guna mendorong perkembangan bisnis Mandiri Group dengan meluncurkan produk BSM *e-money* dan produk BSM *Mobile Banking Multiplatform* guna meningkatkan layanan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi. Dengan BSM *e-money*, nasabah BSM akan dapat melakukan pembayaran di seluruh outlet yang telah bekerja sama, contohnya untuk pembayaran parkir, pembayaran tol, tiket *Commuterline*, tiket Transjakarta, belanja di Indomaret, Alfamart, Alfamidi, *Lawson*, Superindo dan outlet lainnya.

Sebagai induk perusahaan, Bank Mandiri, peluncuran BSM *e-money* merupakan strategi untuk memperluas segmen pengguna mandiri *e-money* sehingga akan meningkatkan *market share* transaksi secara Nasional. Saat ini *e-money* adalah uang elektronik yang paling sering digunakan di Indonesia. Dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna kartu prabayar *e-money*, Bank Mandiri juga telah bekerja sama dengan instansi pendidikan. Kartu perdana BSM *e-money* dapat dimiliki dengan mendatangi cabang atau gerai BSM terdekat dengan harga Rp 20.000.

## B. Analisis Data

Dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan analisis data yang sudah peneliti lakukan. Penelitian ini peneliti menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif. Data yang dihasilkan merupakan hasil dari penyebaran kuesioner dan google form secara online yang diisi oleh nasabah Bank Syariah Mandiri.

Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 30 kuesioner. Selanjutnya seluruh kuesioner akan dikelola oleh penulis sehingga lebih mudah untuk dianalisis.

## 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bab ini akan dibahas variabel penelitian yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Menggunakan Produk *E-Money*.

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi : usia responden, jenis kelamin, pekerjaan responden, status pernikahan dan lama responden menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.3 : Karakteristik responden berdasarkan usia**

Usia	Jumlah Responden	Persentase %
20 – 30	20	66.7
31 – 40	2	6.7
41- 50	1	3.3
51 – 60	6	20.0
61 – 70	1	3.3
Total	30	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.3 tersebut dapat diketahui bahwa responden tersebut berusia 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 20 orang atau 66,7%, berusia 31 – 40 tahun sebanyak 2 orang atau 6,7% berusia 41-50 tahun sebanyak 1 orang atau 3,3%, berusia 51 – 60 tahun sebanyak 6 orang atau 20,0% dan 61-70 tahun sebanyak 1 orang atau 3,3, %.

**b. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.4 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Laki – laki	13	43.3
Perempuan	17	56.7
Total	30	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.4 tersebut dapat diketahui bahwa responden yang digunakan paling banyak perempuan sebanyak 17 orang atau 56,7% dan responden laki laki sebanyak 13 orang atau 43,3%. Jadi yang lebih dominan dari jenis kelamin responden yaitu jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 17 orang atau 56.7%.

**c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

**Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase %
Mahasiswa/i	6	20.2
Pegawai Swasta	15	50.0
PNS	2	6.7
Wiraswasta	4	13.3
Lain-lain	3	10.0
Total	30	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa pekerjaan responden responden paling banyak pegawai swasta yaitu sebanyak 15 orang atau 50%. Mahasiswa yaitu sebanyak 6orang atau 20,2%. Wiraswasta sebanyak 4orang atau 13,3%. Dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 3orang atau 10,0%. Dan yang paling sedikit PNS yaitu sebanyak 2 orang atau 6,7%.

**d. Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan**

**Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan**

Status	Jumlah Responden	Persentase %
Belum Menikah	18	60
Sudah Menikah	12	40
Total	30	100

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.6 tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak yang belum menikah sebanyak 18 orang atau 60%. Sedangkan yang sudah menikah sebanyak 12 orang atau 40%.

**e. Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama menjadi nasabah**

**Tabel 4.7 : Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama menjadi nasabah**

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase %
1-2 tahun	16	53.4
3-4 tahun	14	46.6
Total	30	100

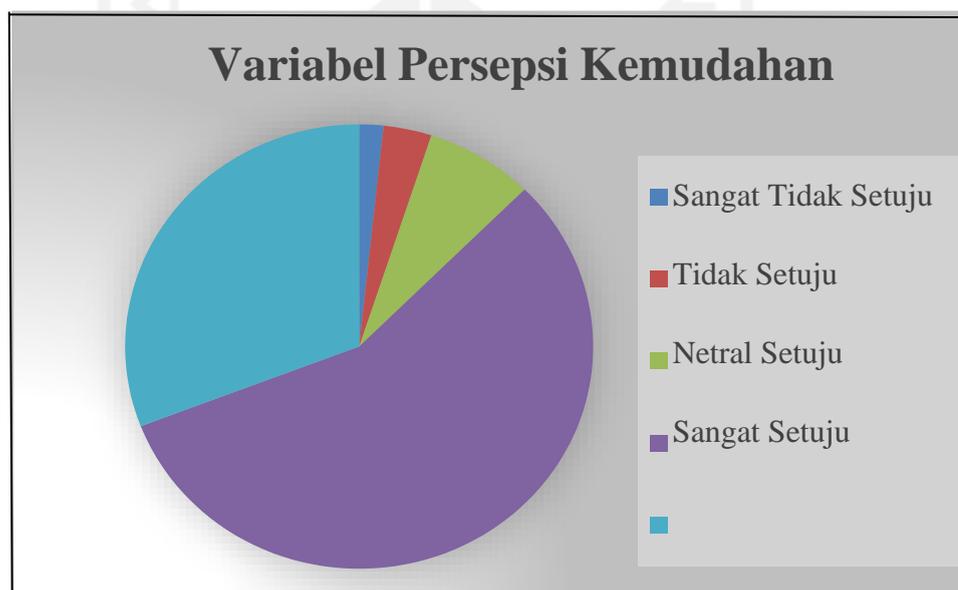
Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut dapat diketahui bahwa responden tersebut paling banyak 1-2 tahun menjadi nasabah yaitu 16 orang atau 53,4%. Dan yang paling sedikit 3-4 tahun menjadi nasabah sebanyak 14 orang atau 46,6%.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

### a. Variabel Persepsi Kemudahan

Pada variabel persepsi kemudahan ada 4 pernyataan yang mencerminkan indikator kemudahan. Data variabel ini diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :



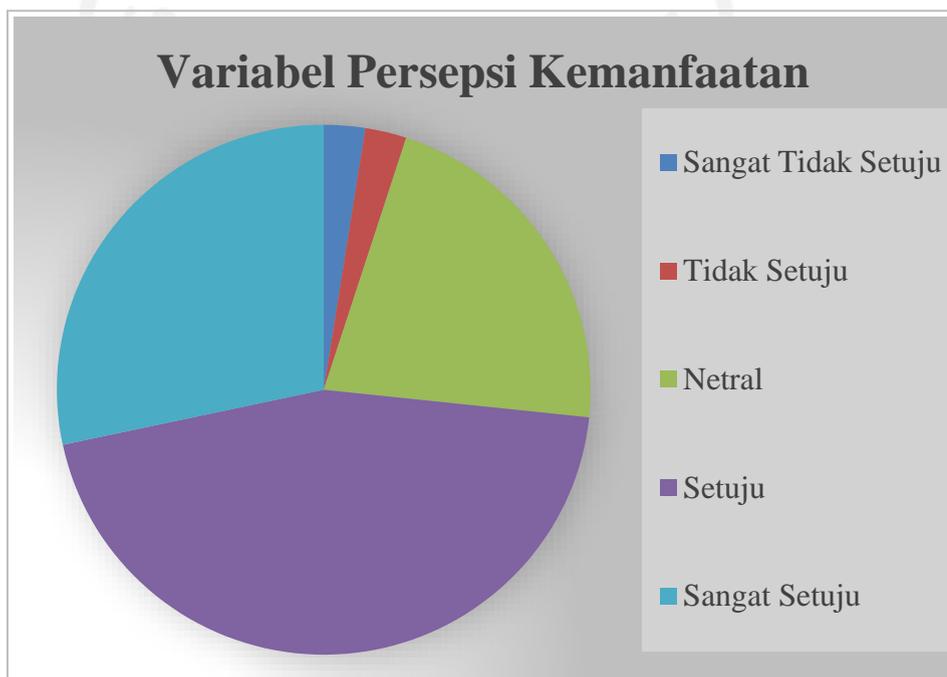
Gambar 4.8 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan

Dari gambar 4.8 diatas, dapat dilihat responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, ada 1,67% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,33% responden menyatakan tidak setuju, 7,5% responden menyatakan netral, 56,67% responden menyatakan setuju dan 30,83% yang menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan minat nasabah dilihat dari kemudahan penggunaan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel

persepsi kemudahan adalah setuju karena mayoritas responden memberikan penilaian tertinggi di setu juatas kemudahan yang mereka dapatkan.

b. Variabel Persepsi Kemanfaatan

Pada variabel persepsi kemanfaatan ada 4 pernyataan yang mencerminkan indikator variabel persepsi kemanfaatan. Dalam variabel ini diajukan pernyataan kepada responden dengan frekuensi sebagai berikut :



Gambar 4.9 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemanfaatan

Dari gambar 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa responden memiliki kategori jawaban yang bervariasi, dapat dilihat 2,5% responden menyatakan yang sangat tidak setuju, 2,5% responden yang menyatakan tidak setuju, 21,67% responden yang menyatakan netral, 45% responden yang menyatakan setuju, dan 28,33 responden yang menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan minat nasabah dilihat dari kemanfaatan penggunaan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel persepsi kemanfaatan adalah setuju

karena mayoritas responden memberikan penilaian tertinggi di setuju atas manfaat yang mereka dapatkan.

#### 4.4 Analisis Asumsi Klasik

##### 4.4.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* ( $\alpha$ ).

**Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,421	2,377	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Manfaat	0,421	2,377	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa, masing-masing variabel bebas antara persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan memiliki nilai  $VIF < 10$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

##### 4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.759	1.174		1.498	.146	
persepsi kemudahan	-.032	.100	-.093	-.317	.754	
persepsi kemanfaatan	-.006	.108	-.017	-.056	.955	

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	0.754	> 0,05	Tidak terjadi
Persepsi Manfaat (X2)	0.955	> 0,05	Tidak terjadi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 diatas hasil Uji Heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa nilai masing-masing variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat memiliki nilai *sig* lebih besar dari 0,05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedasitas.

#### 4.4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, variabel independennya, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. deteksi normalitas dilihat dengan menggunakan grafik normal *kolmogorov smirnov*. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.12 Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51336608
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.072
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.921

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Unstandar_residual	Batas	Keterangan
0,921	0,05	Normal

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai *asympt.sig* sebesar  $0,921 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data **berdistribusi normal**.

#### 4.5 Analisa Hasil Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda peneliti menggunakan seri program statistik SPSS. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun non parametrik, seperti ditunjukkan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.13 Analisa Hasil Regresi Linear Berganda**

Variabel	B	Beta	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	0.830				
Persepsi Kemudahan	0.427	0.362	2.724	0.011	Signifikan

Persepsi Manfaat	0.748	0.587	4.412	0.000	Signifikan
F hitung	41.671				
Sig F	0.000				
R square		0.799			

Variabel Dependen : Minat Nasabah

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas perhitungan regresi linear bergandadengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,830 + 0,427X_1 + 0,748X_2$$

1. Nilai konstanta ( $a$ ) = 0,830. Artinya jika tidak ada variabel persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang mempengaruhi minat nasabah diasumsikan nol (0) atau tetap, maka minat nasabah sebesar 0,830 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) sebesar 0,427. Artinya jika variabel persepsi kemudahan meningkat sebesar satu satuan maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,427 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemanfaatan ( $X_2$ ) sebesar 0,748. Artinya jika variabel persepsi manfaat meningkat sebesar satu satuan maka minat nasabah akan meningkat sebesar 0,748 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.
4. *Standard error (e)* merupakan sebuah variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. *Standard error (e)* mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan. Dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ), persepsi kemanfaatan ( $X_2$ ) bernilai positif. hal ini menunjukkan bahwa

semakin tinggi nilai dari kedua variabel tersebut maka minat nasabah BSM dalam menggunakan produk *e-money* semakin meningkat.

## 4.6 Pengujian Hipotesis

### 4.6.1 Pengujian Hipotesis Uji F (secara Simultan)

Uji F digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis secara simultan atau menyeluruh agar mengetahui sejauh mana variabel minat nasabah atau berpengaruh terhadap variabel hasil penyelesaian skripsi dengancara membandingkan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 21 dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :

**Tabel 4.14 : Hasil Uji F Hitung**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	264.249	2	132.124	53.711	.000 <sup>b</sup>
Residual	66.418	27	2.460		
Total	330.667	29			
a. Dependent Variable: minat nasabah					
b. Predictors: (Constant), persepsi manfaat , persepsi kemudahan					

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, bahwa hasil yang diperoleh adalah F hitung sebesar 53,711 dengan signifikan 0,000. Diketahui F tabel dengan persamaan  $n-k-1; k + 76-3-1: 3 = 72 : 3 = 24$ . dengan demikian diketahui F hitung  $53,711 > F$  tabel 24 dan signifikansi  $(0,000) < 0,05$  .Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 (**0,000 < 0,05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis **diterima**, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara simultan terhadap minat

nasabah dalam menggunakan produk *e-money*”.

#### 4.6.2 Pengujian Hipotesis Uji T (secara Parsial)

Uji T digunakan untuk menentukan koefisien yang spesifik dan diperlukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima berdasarkan uji regresi yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.15 : Hasil Uji T Secara Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.830	1.841		.451	.656
persepsi kemudahan	.427	.157	.362	2.724	.011
persepsi manfaat	.748	.170	.587	4.412	.000
a. Dependent Variable: minat nasabah					

Sumber : Data primer diolah, 2019

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0.011 (**0.011 < 0,05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis **diterima**, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*”.

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 (**0,000 < 0,05**). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis **diterima**, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*”.

#### 4.7 Koefisien Determinasi (*r square*)

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen (persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan) terhadap variabel dependen (minat nasabah). Untuk melihat seberapa besar hubungan variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) dengan melihat nilai R.

**Tabel 4.16 : Uji Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.799	.784	1.568
a. Predictors: (Constant), persepsi manfaat , persepsi kemudahan				
b. Dependent variabel : Minat Nasabah				

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.16 diatas dapat kita lihat bahwa nilai R sebesar 0,894 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen (persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan) dengan variabel dependen (minat nasabah) memiliki hubungan yang cukup kuat yaitu sebesar 89,4%. Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa *R Square* sebesar 0,799. Artinya bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 79,9% sedangkan sisanya 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak penulis masukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan besarnya koefisien determinasi ( $r^2 square$ ) = 0,799 , artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 79.9% sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1) persepsi kemanfaatan (X2) terhadap minat nasabah BSM menggunakan produk *e-money*.

#### 1. Persepsi Kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif secara parsial terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,427 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi kemudahan sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat menggunakan *e-money* sebesar 0,427 satuan. Hal ini berarti arah model tersebut positif, berdasarkan analisis data diperoleh *t* hitung sebesar 2,274 yang nilainya di atas *t* tabel sebesar 0,830. Hasil ini menunjukkan bahwa *t* hitung lebih besar dari pada *t* tabel, hal ini berarti terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Selain itu, nilai probabilitas signifikansi persepsi kemudahan sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dinyatakan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Nilai koefisien determinan (*r-square*) yang diperoleh sebesar 0,799 hal ini menunjukkan 79,9% minat menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Sedangkan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunik Yuli Winayu (2013) yaitu Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat menggunakan *E-commerce* Forum Jual Beli Kaskus. Hasil penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) menunjukkan bahwa *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-*

*commerce* Forum Jual Beli Kaskus.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah BSM menggunakan *e-money*. Semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang, maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money* karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan *e-money* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.

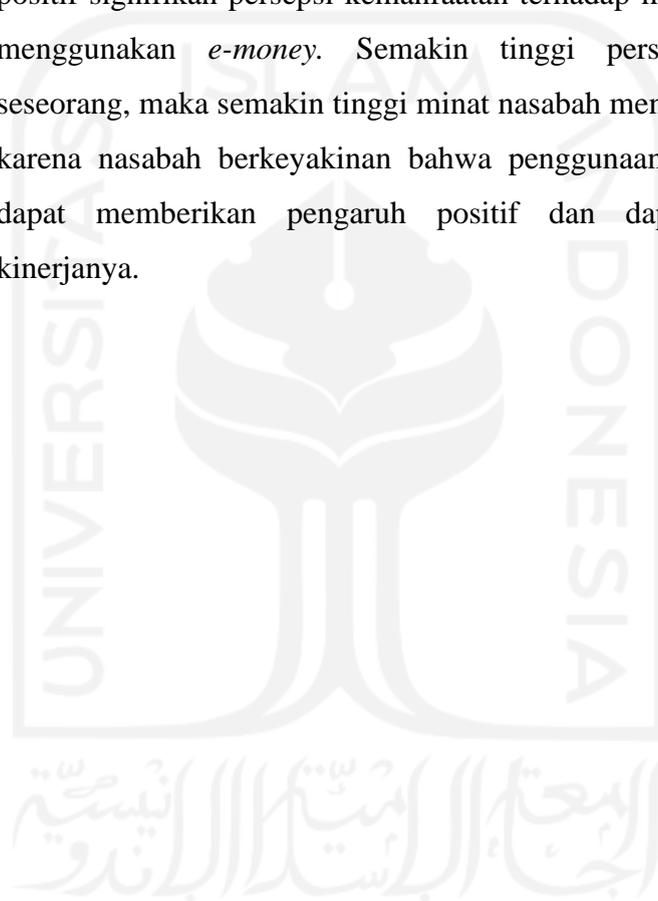
## 2. Persepsi Kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variabel persepsikemanfaatan (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap minat menggunakan *e-money* (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi(X2) sebesar 0,748 menyatakan bahwa setiap kenaikan persepsi kemanfaatan sebesar 1 satuan akan meningkatkan minat menggunakan *e-money* sebesar 0,748 satuan. Berdasarkan analisis data diperoleh nilai hitung sebesar 4,412 yang nilainya diatas t tabel sebesar 0,830. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel, hal ini berarti terdapat pengaruh positif persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan *e-money*. Selain itu nilai probabilitas signifikansi persepsi kemanfaatan sebesar 0,000 dengan lebih kecil dari 0,05, maka dapat dinyatakan persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Nilai koefisien determinasi (*r-square*) yang diperoleh sebesar 0,799 hal ini menunjukkan 79,9% minat menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan, sedangkan sisanya 20,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunik Yuli Winayu (2013) yaitu Pengaruh Kepercayaan, *Perceived Ease Of Use* dan

*Perceived Usefulness* Terhadap Minat menggunakan *E-commerce* Forum Jual Beli Kaskus. Hasil penelitian Nunik Yuli Winayu (2013) menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-commerce* Forum Jual Beli Kaskus.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah BSM menggunakan *e-money*. Semakin tinggi persepsi kemanfaatan seseorang, maka semakin tinggi minat nasabah menggunakan *e-money* karena nasabah berkeyakinan bahwa penggunaan *e-money* tersebut dapat memberikan pengaruh positif dan dapat meningkatkan kinerjanya.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagai akhir dari pada penulisan dalam bab ini, akan penulis sampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang dapat dilihat yang akan relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah BSM menggunakan *e-money* di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar 2,724 lebih besar dari  $t$  tabel 0,830 dan nilai korelasi ( $R$ ) sebesar 0,894. Dari hasil analisis data diperoleh  $R^2$  persepsi kemudahan sebesar 0,799, artinya minat nasabah BSM menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan sebesar 79,9%. Hal ini menunjukkan semakin meningkat persepsi kemudahan mengakibatkan minat nasabah BSM menggunakan *e-money* juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi kemudahan yang semakin rendah maka minat nasabah BSM menggunakan *e-money* akan menurun.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah BSM menggunakan *e-money* di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan nilai  $t$  hitung sebesar 4,412 lebih besar dari  $t$  tabel 0,830 dan nilai korelasi ( $R$ ) sebesar 0,894. Dari hasil analisis data diperoleh  $R^2$  persepsi kemudahan sebesar 0,799, artinya minat nasabah BSM menggunakan *e-money* dipengaruhi oleh persepsi

kemanfaatan sebesar 79,9%. Hal ini menunjukkan semakin meningkat persepsi kemanfaatan mengakibatkan minat nasabah BSM menggunakan *e-money* juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi kemanfaatan yang semakin rendah maka minat nasabah BSM menggunakan *e-money* akan menurun.

## B. Saran

Berdasarkan simpulan dan pembahasan hasil penelitian, saran yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pihak bank diharapkan meningkatkan sistem keamanan dan kerahasiaan bank pada layanan teknologi serta mempromosikan layanan tersebut dengan jaminan keamanan dan kerahasiaan yang dimilikinya, sehingga menimbulkan persepsi nasabah bahwa layanan tidak menimbulkan permasalahan yang tidak terduga.
2. Untuk mengantisipasi persaingan dengan perusahaan *fintech* lainnya terutama yang berbasis konvensional, pihak manajemen perlu lebih kreatif dan lebih inovatif dalam menarik minat masyarakat untuk segera beralih menggunakan produk *financial technology* syari'ah.
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang sama yang didukung dengan melakukan observasi yang lebih banyak dengan menambah variabel misalnya keamanan, kualitas informasi, dan lain-lain.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkategorikan responden lebih luas, serta dengan jumlah responden yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I. (n.d.). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money.
- Ahmadi, A. (1998). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alhifni, D. O. (2017). Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, Equilibrium*.
- Almawadi, I. (2014, 2 November). *Sejarah BSM meluncurkan e-money*. Retrieved from Keuangan.Kontan.co.id: <https://keuangan.kontan.co.id/news/bank-syariah-mandiri-luncurkan-e-money>
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*.
- Andi. (2004). *Pengolahan Data Statistik dengan SPSS 12*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anditiasari, D. (2019, 21 Maret). *Fatwa tentang E-money*. Retrieved from finance.detik.com: <https://finance.detik.com/fintech/d-4477903/ramai-dituduh-riba-ini-deretan-uang-elektronik-yang-terdaftar>
- Anshori, A. G. (2007). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Anwar, H. S. (2019). Pengaruh Persepsi mahasiswa Program Studi Non Ekonomi Islam Terhadap Minat menjadi nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Arifin, Z. (2009). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Azkia Publisher.
- BronoWidiatmoko, D. S. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 105-116.
- Candraditya, H. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik ( studi kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quartely*, 319-340.
- Debbie Aryani Tribudi, S. S. (2019). Determinasi Transaksi Dengan Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia.
- Djamarah, S. B. (2008). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Fandi, T. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro.
- Habsari Candraditya, I. (2013). Analisis Penggunaan Uang Elektronik ( studi kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Managemen Diponegoro*.
- Hadi, S. (2006). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Handayani, D. S. (2009). *SuhartiModel Penerimaan Teknologi Informasi oleh Dosen pada Perguruan Tinggi di Surabaya*.
- Hartono, J. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. . Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Hermawan, A. H. (2006). Model Penerimaan Automated Teller Machine dengan menggunakan Techonology Acceptance Model : Hubungan antara Citra, Kemudahan penggunaan, Manfaat, dan Tingkat Penggunaan Aktual.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Ismanto, K. (2018). Literasi Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Human Falah*.
- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

- Mahisa Bima Sakti, E. S. (2013). Pengaruh Persepsi Pengguna Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Minat Dan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Penggok Kabupaten Blitar).
- Nurjamal. (2018, 21 Januari). *Fatwa MUI tentang Uang Elektronik*. Retrieved from gomuslim.co.id:  
[https://www.gomuslim.co.id/read/regulasi\\_direktori/2018/01/21/6779/ini-fatwa-mui-tentang-uang-elektronik-syariah.html](https://www.gomuslim.co.id/read/regulasi_direktori/2018/01/21/6779/ini-fatwa-mui-tentang-uang-elektronik-syariah.html)
- OJK. (2019). *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. Retrieved from Snapshot Perbankan Syariah Indonesia sampai bulan Juni:  
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019/Snapshot%20Perbankan%20Syariah%20Juni%202019.pdf>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priambodo, S. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (studi kasus pada masyarakat di Kota Semarang).
- Purwanto. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*.
- Santoso, S. (2002). *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2006). *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setianto, I. M. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS*. Jakarta: Erlangga.
- Slameto. (2003). *Belajar Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soemanto, W. (1998). *Pengantar Psikologi*. Jakarta: PT Bina Aksaraf.

- Soraya, I. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City. Jurnal Komunikasi, Volume VI Nomor 1.*
- Sudarsono, H. (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi.* Yogyakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Tecualu, M. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank Indonesia.*
- Tribudi, D. A. (2019). *Determinasi Transaksi Dengan Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia.*
- Venkatesh, F. D. (1995). A Critical Assessment Of Potential Measurement Biases In The Technology Acceptance Model : Three Experiment. *International Journal Human-Computer Studies*, 19-45.
- Wahid, F. (2007). *Teknologi Informasi dan Pendidikan.* Yogyakarta: Ardana Media dan Rumah Produksi Informatika UII.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS.* Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Winayu, N. Y. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Minat menggunakan E-Commerce Forum Jual Beli Kaskus.*

# LAMPIRAN



## KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth  
Bapak / Ibu / Saudara/i  
Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Untuk keperluan penelitian yang akan saya lakukan, maka saya mohon dengan hormat kepada Bapak / Ibu / Saudara/i berkenan untuk mengisi kuesioner ini dalam rangka penelitian mengenai **Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Yogyakarta Dalam Menggunakan Produk E-Money**. Semua informasi yang tertuang dalam kuesioner ini akan terjamin kerahasiaannya. Atas kesediaan Bapak / Ibu / Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya sampaikan terima kasih. Bapak / Ibu / Saudara/i sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir, dan semoga akan bermanfaat serta mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Sitta Wulan Sari

## KUESIONER

## PROFIL RESPONDEN

1. NAMA :
2. USIA :
3. JENIS KELAMIN : Laki - Laki / Perempuan
4. PEKERJAAN :
5. STATUS PERNIKAHAN :
  - a. Belum menikah
  - b. Sudah menikah`
6. Saudara/i menjadi nasabah perbankan sudah berapa lama :
  - A. 1 - 2tahun
  - B. 3 - 4tahun

Silahkan berikan tanda ( X ) pada kotak yang paling sesuai dengan pendapat anda.  
Kolom penilaian :

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

**A. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)**

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Penggunaan kartu <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri lebih praktis daripada uang tunai					
2.	Penggunaan kartu <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri lebih fleksibel daripada uang tunai					
3.	Penggunaan kartu <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri mudah digunakan					
4.	Penggunaan kartu <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri mudah dipahami					

**B. Persepsi Kemanfaatan (X2)**

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Rasa aman dalam bertransaksi menggunakan <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri					
2.	Proses penyelesaian pembayaran menggunakan <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri lebih cepat dari uang tunai					
3.	Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri lebih efisien dan banyak diskon yang diberikan daripada yang menggunakan uang tunai					
4.	Kartu <i>e-money</i> Bank Syariah Mandiri lebih teliti dalam pembayaran karena struk hasil pembayaran di <i>EDC</i>					

**Minat Nasabah (Y)**

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik menggunakan <i>e-money</i> karena syarat dan ketentuannya mudah					
2.	Saya senang menggunakan <i>e-money</i> karena dapat melakukan berbagai transaksi					
3.	Banyak transaksi yang bisa saya lakukan dengan menggunakan <i>e-money</i>					
4.	Saya tertarik menggunakan <i>e-money</i> karena saya memahami <i>e-money</i> serta manfaatnya					
5.	Dengan berbagai keuntungan yang saya dapatkan, saya menyarankan nasabah lain untuk menggunakan <i>e-money</i>					

**LAMPIRAN : TABEL TABULASI**

**KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X1)**

<b>NO</b>	<b>KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X1)</b>				<b>TOTAL</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	
1	5	5	4	4	18
2	4	4	4	4	16
3	5	4	4	3	16
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	4	5	4	4	17
7	3	2	3	3	11
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	5	4	4	4	17
12	5	5	5	5	20
13	5	5	3	3	16
14	4	4	3	4	15
15	5	4	5	4	18
16	4	5	4	4	17
17	1	2	2	1	6
18	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20
20	5	5	4	4	18
21	5	5	5	5	20
22	4	4	5	4	17
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	3	15
27	4	4	4	4	16
28	4	2	4	4	14
29	4	4	4	4	16

30	4	4	3	4	15
----	---	---	---	---	----

**KEMANFAATAN PENGGUNAAN (X2)**

NO	KEMANFAATAN PENGGUNAAN (X2)				
	5	6	7	8	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	3	3	2	4	12
3	3	5	4	5	17
4	4	4	4	4	16
5	4	4	3	4	15
6	5	5	4	4	18
7	4	4	4	3	15
8	3	3	4	4	14
9	4	4	3	4	15
10	5	5	5	5	20
11	4	5	3	4	16
12	5	4	5	4	18
13	3	5	3	3	14
14	5	5	3	3	16
15	5	4	3	4	16
16	5	4	3	5	17
17	1	2	1	1	5
18	4	4	4	5	17
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18
21	5	5	3	4	17
22	5	5	3	4	17
23	5	5	5	5	20
24	3	4	4	4	15
25	4	5	3	3	15
26	4	4	3	4	15
27	4	5	4	3	16

28	5	5	2	5	17
29	4	5	3	4	16
30	3	4	3	4	14

### MINAT NASABAH (Y)

NO	MINAT NASABAH (Y)					TOTAL
	9	10	11	12	13	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	3	2	3	4	16
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	3	19
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	5	5	5	23
7	4	4	3	3	4	18
8	4	3	3	3	3	16
9	3	4	4	4	5	20
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	4	3	4	19
12	3	5	5	5	5	23
13	3	4	4	4	5	20
14	5	4	4	5	4	22
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	4	4	5	20
17	2	2	1	1	2	8
18	5	4	4	4	4	21
19	5	5	5	5	5	25
20	3	4	5	5	5	22
21	4	4	5	5	4	22
22	3	4	4	4	3	18
23	5	5	5	5	5	25
24	3	4	4	4	4	19
25	4	4	4	4	3	19
26	4	3	4	4	4	19
27	5	4	4	4	4	21

28	3	4	4	4	3	18
29	4	4	3	3	3	17
30	3	3	3	3	3	15

## LAMPIRAN

### 1. UJI DESKRIPTIF

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
persepsi kemudahan	30	6	20	16.47	2.862
persepsi manfaat	30	5	20	15.77	2.648
minat nasabah	30	8	25	19.67	3.377
Valid N (listwise)	30				

### 2. UJI RELIABILITAS

No.	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	4	0.902	Reliabel
2	Persepsi Kemanfaatan (X2)	4	0.771	Reliabel
3	Minat Nasabah (Y)	5	0.833	Reliabel

### 3. UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.51336608
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.072
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.921

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### 4. UJI MULTIKOLINIERITAS

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.830	1.841		.451	.656		
1 Persepsi kemudahan	.427	.157	.362	2.724	.011	.421	2.377
persepsi Kemanfaatan	.748	.170	.587	4.412	.000	.421	2.377

a. Dependent Variable: minat nasabah

Jika nilai tolerance lebih besar dari  $> 0,10$  maka artinya TIDAK terjadi multikolinieritas.

jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10,00$  maka artinya TIDAK terjadi multikolinieritas.

#### 5. UJI HETEROSKEDASTISITAS

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.759	1.174		1.498	.146
1 persepsi kemudahan	-.032	.100	-.093	-.317	.754
persepsi kemanfaatan	-.006	.108	-.017	-.056	.955

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Variabel	Sig	Keterangan
X1	0.754	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X2	0.955	Tidak terjadi heteroskedastisitas

## 6. UJI DETERMINASI ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.799	.784	1.568

a. Predictors: (Constant), persepsi manfaat , persepsi kemudahan

## 7. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.830	1.841		.451	.656
1 persepsi kemudahan	.427	.157	.362	2.724	.011
persepsi manfaat	.748	.170	.587	4.412	.000

a. Dependent Variable: minat nasabah

## 8. UJI F HITUNG

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.249	2	132.124	53.711	.000 <sup>b</sup>
	Residual	66.418	27	2.460		
	Total	330.667	29			

a. Dependent Variable: minat nasabah

b. Predictors: (Constant), persepsi manfaat , persepsi kemudahan

### 9. Uji T secara parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.830	1.841		.451	.656
	persepsi kemudahan	.427	.157	.362	2.724	.011
	persepsi manfaat	.748	.170	.587	4.412	.000

a. Dependent Variable: minat nasabah