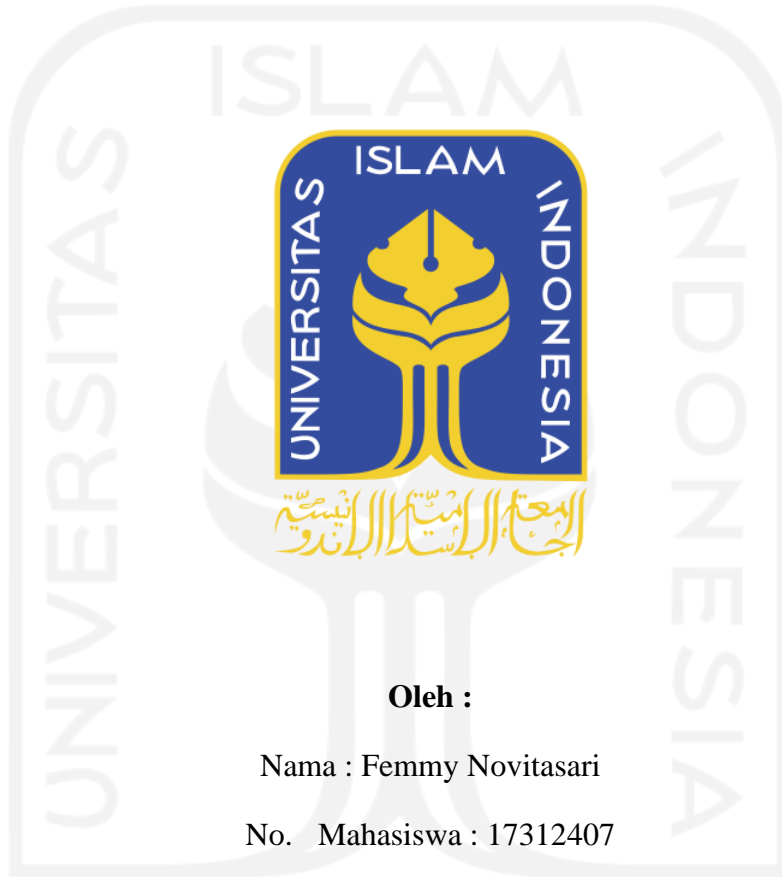


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING SYARIAH PADA MASA
PANDEMI COVID-19**



Oleh :

Nama : Femmy Novitasari

No. Mahasiswa : 17312407

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING SYARIAH PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada
Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh :

Nama : Femmy Novitasari

No. Mahasiswa : 17312407



FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan berlaku.”

Yogyakarta, 23 April 2021

Penulis,



(Femmy Novitasari)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT
MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING SYARIAH PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

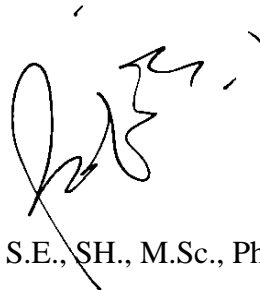
Nama : Femmy Novitasari

No. Mahasiswa : 17312407

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 23 April 2021

Dosen Pembimbing,



(Rifqi Muhammad, S.E., SH., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM)

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Kesabaran itu dapat menolong segala pekerjaan”

-Unknown-

“Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya. Lakukan yang kau bisa.”

-Arthur Ashe-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan sebuah karya ini untuk kedua orang tua saya Diharlansyah dan Yetty Herawati serta kedua Adik saya Leony Anggraini Dan Irsyad Daffa Khairi yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang yang sangat luar biasa kepada saya. Semoga ini akan menjadi awal yang baik untuk terus melangkah.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas semua rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kehidupan umat manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19”** disusun sebagai syarat untuk memenuhi gelar Strata-1 (S1) pada program studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan dan menjawab doa hamba-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia periode 2018-2022, dan seluruh jajaran pimpinan universitas.
3. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ak. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., A.k. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., SH., M.Sc., Ph.D.,SAS., ASPM selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan serta memberikan saran dan nasehat yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Terima kasih bapak, atas ilmu serta bimbingan yang telah diberikan.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
7. Bapak Diharlansyah dan Ibu Yetty Herawati selaku orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta doa yang tak henti – henti sehingga penulis bisa berada di titik ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadikan keluarga kecil yang hangat dan penuh kasih sayang.

8. Leony Anggraini dan Irsyad Daffa Khairi selaku adik penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta sebagai penyemangat penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah hadir dan menjadi penghibur untuk penulis.
9. Vera Praditya selaku sepupu, sahabat dan adik yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, selalu memberikan dukungan, motivasi, saran, dan selalu memberikan semangat serta bantuan kepada penulis.
10. Devi Kurnia selaku adik sepupu yang telah membantu, memberi dukungan dan semangat kepada penulis. Terima kasih selalu ada untuk menemani penulis.
11. Seluruh keluarga besar penulis terutama kedua Datuk, kedua Nenek dan Cik Mimi yang telah mendukung penulis. Terima kasih untuk semua doa dan dukungan yang telah diberikan.
12. Panji Askananda yang telah menjadi penyemangat bagi penulis. Terima kasih untuk selalu ada, terima kasih untuk selalu memberikan dukungan dan semangat yang luar biasa. Semangat dan terus berjuang, perjalanan masih sangat panjang. Masih ada harapan serta mimpi orang tua yang dititipkan dibahu kita.
13. Dinda Oktariana selaku teman kecil dan teman kos penulis yang telah mendengarkan keluh kesah penulis, dan selalu memberikan dukungan yang tak henti – hentinya. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik dan

terima kasih untuk setiap saran yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikanmu.

14. Asri Fauziah Daswir, Gita Amalia dan Aghnia Salma selaku sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis. Terima kasih telah memberikan warna yang indah di Yogyakarta dan menjadi rumah bagi penulis. Terima kasih telah menjadikan penulis bagian dari kalian. Terima kasih untuk semuanya. Semangat dan Sukses untuk kalian.
15. Selvi Astriana, Luthfia hanifah, Sintia Ayu, Sentia Islamiati selaku sahabat penulis. Terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. Jarak bukan penghalang untuk kita saling memberi dukungan. Semangat sahabatku untuk berjuang.
16. Ganis Kusumastuti, Lintang sekar dan Salsabila Rahma, Annisa Dewi dan Fitriining Tyas Masdanti yang telah menemani hari – hari penulis dari awal perkuliahan dan menjadi teman yang baik untuk penulis. Terima kasih untuk semua kebaikan kalian.
17. Teman – teman HMJA KOMISI FBE UII yang telah memberikan pengalaman yang luar biasa. Terima kasih HUMAS HMJA KOMISI 2018/2019 Mas Jaseim, Bagas dan Arsyita telah memberikan banyak pembelajaran, kebersamaan, susah, senang dan membantu penulis dalam berproses untuk menjadi lebih baik lagi.

18. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk semua bantuannya serta kebaikan teman - teman.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya untuk semua kebaikan, dukungan serta bantuan dari semua pihak tersebut, semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan membalas semua kebaikan kalian. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta pengetahuan.

Sekian,

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis,

Femmy Novitasari

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence, perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, trust and religiosity on student interest in using Islamic M-Banking during the Covid-19 pandemic. The sample used in this study amounted to 200 respondents using an online questionnaire. In this study, data analysis used multiple regression analysis with the help of IMB SPSS 22. The results of this study indicate that perceptions of ease of use, perceived usefulness and trust have a positive and significant effect on student interest in using Islamic M-Banking during the Covid-19 pandemic. Perceptions of risk and religiosity did not have a significant effect on student interest in using Islamic M-Banking during the Covid-19 pandemic.

Keywords : Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Trust, Religiosity, Intention to Use, Covid-19

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 200 responden menggunakan kuesioner online. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan IMB SPSS 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. persepsi risiko dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Religiusitas, Minat Untuk Menggunakan, Covid-1

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 LANDASAN TEORI.....	12
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	12
2.1.2 Bank Syariah	14
2.1.2.1 Sejarah Bank Syariah di Dunia.....	18

2.1.2.2	Sejarah Bank Syariah di Indonesia.....	19
2.1.2.3	Tujuan Dan Fungsi Bank Syariah.....	20
2.1.2.4	Dasar Hukum Bank Syariah di Indonesia.....	21
2.1.2.5	Akad Bank Syariah	22
2.1.2.6	Perbedaan Bank Syariah dan Bank konvensional.....	29
2.1.3	Mobile Banking Syariah	30
2.1.4	COVID-19.....	32
2.1.4.1	Gejala COVID-19.....	33
2.1.4.2	Peraturan Terkait COVID-19.....	34
2.2.2	Variabel Dependen : Minat untuk Menggunakan (<i>Intention to Use</i>)	37
2.2.3	Variabel Independen : Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	38
2.2.4	Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	39
2.2.5	Persepsi Risiko (<i>Perceived Risk</i>)	40
2.2.6	Kepercayaan (Trust).....	41
2.2.7	Religiusitas (Religiosity).....	43
2.3	PENELITIAN TERDAHULU.....	44
2.4	HIPOTESIS PENELITIAN.....	53
2.4.2	Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan (<i>Perceived ease of use</i>)	53
2.4.3	Pengaruh Persepsi Manfaat (<i>Perceived usefulness</i>).....	54
2.4.4	Pengaruh Persepsi Risiko (<i>Perceived risk</i>)	55
2.4.5	Pengaruh Kepercayaan (Trust).....	56
2.4.6	Pengaruh Religiusitas (Religiosity).....	57

2.5	KERANGKA PENELITIAN	58
BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	60
3.2	JENIS DAN SUMBER DATA	61
3.3	PILOT TEST	61
3.5	PENGUKURAN VARIABEL	62
3.7	VARIABEL INDEPENDEN.....	64
3.7.1	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>).....	64
3.7.2	Persepsi Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	66
3.7.3	Persepsi Risiko (<i>Perceived Risk</i>)	67
3.7.4	Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	68
3.7.5	Religiusitas (<i>Religiosity</i>).....	70
3.8	FORMULASI HIPOTESIS	71
3.9	METODE ANALISIS DATA	73
3.9.1	Analisis Deskriptif	73
3.9.2	Uji Kualitas Data.....	73
3.9.2.1	Uji Validitas.....	73
3.9.2.2	Uji Reliabilitas	74
3.9.3	Asumsi Klasik	75
3.9.3.1	Uji Multikolinearitas.....	75
3.9.3.2	Uji Heteroskedastisitas	75
3.10	PENGUJIAN HIPOTESIS	76
3.10.1	Analisis Regresi Berganda	76

3.10.2	Uji Koefisien Determinasi.....	77
3.10.3	Uji T	78
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		79
4.1	PILOT TEST	79
4.2	HASIL PENGUMPULAN DATA	83
4.3	KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	84
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	86
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Sedang Menggunakan M-Banking Syariah	87
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan.....	87
4.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Untuk Menggunakan M-Banking Syariah	88
4.4	ANALISIS DESKRIPTIF	89
4.5	UJI KUALITAS DATA	92
4.5.1	Uji Validitas	92
4.5.2	Uji Reliabilitas	94
4.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	98
4.7	HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS	99
4.7.1	Analisis Regresi Berganda	99
4.8	PEMBAHASAN.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		113

5.1	KESIMPULAN	113
5.2	IMPLIKASI PENELITIAN	114
5.3	KETERBATASAN PENELITIAN	114
5.4	SARAN	115
	DAFTAR PUSTAKA	116
	LAMPIRAN	122



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	29
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 3. 1 Pertanyaan Minat Untuk Menggunakan (ItU).....	63
Tabel 3. 2 Pertanyaan Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU).....	64
Tabel 3. 3 Pertanyaan Persepsi Manfaat (PU).....	66
Tabel 3. 4 Pertanyaan Persepsi Risiko (PR).....	67
Tabel 3. 5 Pertanyaan Kepercayaan (T)	69
Tabel 3. 6 Pertanyaan Religiusitas (R).....	70
Tabel 4. 1 Profil Responden <i>Pilot Test</i>	79
Tabel 4. 2 Hasil Evaluasi Responden <i>Pilot Test</i>	81
Tabel 4. 3 Hasil Pengumpulan Data	83
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	85
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas.....	86
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Sedang Menggunakan M-Banking Syariah	87
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan.....	87
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Untuk Menggunakan M-Banking Syariah	89
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif.....	90
Tabel 4. 11 Uji Validitas	92
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4. 13 Uji Mutlikolinieritas	96
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Berganda	99
Tabel 4. 15 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
Gambar 2. 2 Model Kerangka Penelitian	59
Gambar 4. 1 Uji Heteskedastisitas.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	122
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data.....	128
LAMPIRAN 3 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner.....	141
LAMPIRAN 4 Hasil Karakteristik Responden	142
LAMPIRAN 5 Hasil Analisis Deskriptif	143
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU).....	145
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (PU).....	146
LAMPIRAN 8 Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (PR).....	147
LAMPIRAN 9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (T)	148
LAMPIRAN 10 Hasil Uji Validitas Religiusitas (R).....	149
LAMPIRAN 11 Hasil Uji Validitas Minat Untuk Menggunakan (ItU).....	150
LAMPIRAN 12 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU) .	150
LAMPIRAN 13 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (PU).....	151
LAMPIRAN 14 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Risiko (PR)	151
LAMPIRAN 15 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (T)	151
LAMPIRAN 16 Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas (R)	151
LAMPIRAN 17 Hasil Uji Reliabilitas Minat Untuk Menggunakan (ItU)	152
LAMPIRAN 18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	152
LAMPIRAN 19 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	153
LAMPIRAN 20 Analisis Regresi Berganda.....	154

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era modern seperti saat ini perkembangan teknologi sangat berkembang dengan pesat. Banyak aktivitas - aktivitas yang telah beralih menggunakan teknologi, karena teknologi ini sangat membantu penggunanya untuk dapat melakukan aktivitas dengan lebih mudah. Tidak hanya dalam aktivitas komunikasi dan informasi teknologi juga membantu dalam berbagai sektor lainnya seperti budaya, pendidikan, pertahanan, sosial, keamanan, perekonomian serta sektor bisnis. Perkembangan teknologi ini mendorong penggunanya untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan bersaing. Terlebih disaat pandemi Covid-19 yang telah terjadi mulai dari tahun 2019 hingga sekarang.

Covid-19 sendiri merupakan virus yang menyebabkan penyakit paru-paru cukup serius serta tergolong berbahaya karena dapat menular dengan cepat dan telah menewaskan banyak orang di belahan dunia ini termasuk Indonesia. Pemerintah Indonesia pun telah menerapkan berbagai aturan seperti sosial distancing, penggunaan masker, mencuci tangan, hingga penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) untuk mengurangi penyebaran Covid-19. Selain itu pemerintah juga memberikan subsidi listrik untuk meringankan beban masyarakat.

Penyebaran Covid-19 belum juga berhenti hingga saat ini. Menurut laporan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), ada sebanyak 91,106,226 kasus di seluruh

dunia dengan kematian sebanyak 1,971,464 jiwa (14 Januari 2021). Di Indonesia berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan pada tanggal 14 Januari 2021, terdapat 869.600 kasus Covid-19 dengan 711.205 dinyatakan sembuh dan 25.246 kematian (Kementerian Kesehatan, Januari 2021).

Adanya pandemi Covid-19 ini sangat berdampak pada perekonomian dunia serta berbagai sektor lainnya baik pendidikan, kesehatan, transportasi, budaya dan pariwisata serta bisnis. Di Indonesia sejak menyebar luasnya Covid-19 dunia pendidikan mulai beralih pada pendidikan digital yaitu pembelajaran dengan media online atau biasa disebut *daring*. Pembelajaran online ini dapat dikatakan kurang efektif karena masih banyaknya keterbatasan yang dimiliki masyarakat. Pada pelayanan kesehatan dengan terus meningkatnya penyebaran Covid-19 membuat tenaga medis menjadi kewalahan karena mengingat keterbatasan tenaga medis serta fasilitas yang tersedia pada rumah sakit. Terlebih kasus Covid-19 terus bertambah setiap harinya. Kurangnya aktivitas yang terjadi pada kegiatan luar rumah membuat berbagai sektor mengalami penurunan drastis. Penggunaan transportasi seperti pesawat dan kereta di batasi, pariwisata ditutup sementara serta berbagai bisnis yang ada banyak mengalami penurunan omset dan ada yang mengalami gulung tikar akibat Covid-19.

Menurut Ningsih & Mahfudz (2020) Warga yang paling terdampak Covid-19 adalah warga yang bekerja di sektor informal, seperti ojek online, sopir angkot, pedang kaki lima, home industri, pekerja harian, nelayan, home industri, katering dan

sektor UMKM dan non UMKM, seperti pusat perbelanjaan mall, supermarket, pusat jajanan makanan dan minuman, pemilik rumah aneka makanan modern, waralaba, omsetnya menurun dengan drastis karena pembeli sepi.

Bagi dunia industri adanya Covid-19 menjadi tantangan tersendiri untuk terus mengembangkan layanan yang ada, salah satunya industri perbankan syariah . Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi atau perantara keuangan yang mempertemukan antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana dituntut untuk dapat berinteraksi dengan orang banyak (Ningsih & Mahfudz, 2020). Transaksi yang disediakan oleh perbankan syariah pun bebas dari riba, karena perbankan syariah didirikan untuk masyarakat muslim yang ingin melakukan transaksi tanpa takut akan haramnya riba. Riba merupakan tambahan nilai atas jual beli maupun pinjam meminjam yang melebihi dari transaksi awal dan bertentangan dengan prinsip Islam.

Masyarakat muslim yang sadar akan haramnya riba sudah banyak beralih ke perbankan syariah. Bank syariah menerapkan sistem bagi hasil atau nisbah yang menurut pandangan Islam sah untuk dilakukan sehingga terhindar dari riba. Bagi hasil yang dimaksud adalah dimana saat melakukan akad pihak nasabah dan bank syariah telah melakukan kesepakatan mengenai perhitungan keuntungan bersih yang diperoleh dari usaha maupun investasi. Jadi pihak nasabah dan pihak bank syariah tidak akan kebingungan ketika usaha atau bisnis tersebut telah selesai dijalankan.

Dengan sistem bagi hasil yang digunakan perbankan syariah memberikan dampak yang positif terhadap kesejahteraan dan keadilan. Menurut Sumadi (2020) dampak keadilan tersebut dalam perekonomian menjadikan ekonomi merata, inflasi akan menyesuaikan karena daya beli masyarakat pun meningkat, dan kesejahteraan yang dirasakan masyarakat yaitu karena masyarakat terhindar dari hutang yang bersifat konsumtif.

Pada pandemi Covid-19 perbankan syariah diharuskan untuk bergerak dengan cepat agar dapat beradaptasi dalam situasi seperti saat ini dengan melakukan inovasi yang lebih kreatif karena penyebaran pandemi ini belum dapat dipastikan kapan akan berhenti. Pasalnya dalam industri perbankan setidaknya terdapat 8 item yang terdampak di saat pandemi Covid-19, yaitu pertumbuhan pembiayaan, Financing to Deposit Ratio (FDR), Capital Adequacy Ratio (CAR), Likuiditas, Net Interest Margin (NIM), kualitas asset, operasional, dan customer (Sumadi, 2020).

Banyaknya item yang berdampak pada perbankan syariah disaat pandemi Covid-19 mengharuskan bank syariah untuk melakukan penyelamatan agar tidak terus - menerus mengalami penurunan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga telah mengeluarkan kebijakan selama PSBB (SP 26/DHMS/OJK/IV/2020) bahwa lembaga jasa keuangan wajib mematuhi tata cara dalam PSBB untuk menerapkan physical distancing, mengurangi layanan tatap muka dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi dan menjaga kesehatan. Salah satu yang dapat dilakukan oleh perbankan

syariah yaitu dengan lebih memperhatikan dan memaksimalkan pemanfaatan sistem layanan M-Banking Syariah.

M-Banking Syariah sangat membantu penggunanya terlebih pada saat pandemi Covid-19 ini karena masyarakat diharapkan dapat mengurangi aktivitas di luar rumah sehingga transaksi yang digunakan juga banyak menggunakan transaksi online. M-Banking Syariah merupakan layanan yang disediakan oleh perbankan syariah untuk dapat melakukan transaksi melalui smartphone. Fitur yang ada pada M-Banking Syariah pun bervariasi mulai dari informasi rekening, transaksi transfer, transaksi pembayaran, transaksi pembelian, Ziswaf (Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf), layanan Islami (Juz Amma, Asmaul Husna, Hikmah, Kalkulator Qurban), informasi kantor cabang dan ATM terdekat dan lainnya. Akan tetapi untuk fitur yang tersedia pada M-Banking Syariah tidak semua perbankan syariah memiliki fitur yang sama.

Dengan layanan M-Banking Syariah masyarakat dapat melakukan transaksi di rumah saja, sehingga dapat mengurangi penyebaran Covid-19. Manfaat lainnya yang dapat dirasakan ketika menggunakan M-Banking Syariah yaitu transaksi yang dilakukan akan lebih efektif dan efisiensi karena M-Banking Syariah dapat diakses selama 24 jam dengan menggunakan smartphone. Terlebih dengan berbagai fitur yang telah disediakan dalam M-Banking Syariah sehingga memudahkan penggunanya dalam berbagai hal. Peningkatan penggunaan M-Banking Syariah pun terus bertambah pada saat pandemi Covid-19 ini sehingga, penulis ingin melakukan

penelitian mengenai faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan M-Banking Syariah pada saat pandemi Covid-19.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan beberapa faktor yaitu persepsi risiko (*perceived risk*), kepercayaan (*trust*) dan religiusitas (*religiosity*). Penggunaan teori TAM telah banyak digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan minat seseorang untuk menggunakan teknologi. Pertama, faktor persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dalam penelitiannya Fitriana et al., (2020) menyebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan M-Banking, disamping itu Rahayu (2015) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan M-Banking. Faktor kedua, persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dalam penelitiannya Rahayu (2015) menyebutkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan M-Banking, akan tetapi Abduh et al., (2013) menyebutkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi seseorang dalam menggunakan layanan M-Banking. Berdasarkan hasil tersebutlah peneliti ingin melakukan pengujian kembali dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM).

Selain itu beberapa faktor yang penulis tambahkan yaitu persepsi risiko (*perceived risk*), dalam penelitiannya Abduh et al., (2013) bahwa persepsi risiko

(*perceived risk*) berpengaruh signifikan terhadap adopsi seseorang dalam menggunakan layanan M-Banking, berbeda dengan Kholid (2019) yang menyatakan bahwa persepsi risiko (*perceived risk*) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah menggunakan M-Banking Syariah. Faktor lainnya kepercayaan (*trust*), menurut Fitriana et al., (2020) kepercayaan (*trust*) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan M-Banking, tetapi menurut Habibi dan Zaky (2015) kepercayaan (*trust*) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan M-Banking Syariah. Terakhir faktor religiusitas (*religiosity*), dalam penelitiannya Suhartanto et al., (2019) menyebutkan bahwa religiusitas (*religiosity*) berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan M-Banking.

M-Banking Syariah merupakan salah satu layanan perbankan yang dapat membantu masyarakat khususnya mahasiswa dalam melakukan transaksi perbankan dan transaksi lainnya di masa pandemi Covid-19 ini, sehingga penulis ingin melakukan penelitian terhadap layanan M-Banking Syariah dengan menggunakan pendekatan TAM dan beberapa faktor tambahan. Dalam Penelitian ini objek yang digunakan yaitu mahasiswa S1 dengan universitas berbasis Islam di D.I. Yogyakarta. Pemilihan D.I. Yogyakarta sebagai sasaran penelitian karena banyaknya universitas yang ada di daerah tersebut terutama universitas berbasis Islam. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka judul dalam penelitian ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT**

MAHASISWA MENGGUNAKAN M-BANKING SYARIAH PADA MASA PANDEMI COVID-19”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 ?
2. Apakah persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 ?
3. Apakah persepsi risiko (*perceived risk*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 ?
4. Apakah kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 ?
5. Apakah religiusitas (*religiosity*) berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-banking syariah pada masa pandemi Covid-19
5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas (*religiosity*) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan ulasan di atas diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi :

1. Penulis

Manfaat penelitian bagi penulis yaitu penelitian ini menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang ada, serta melatih penulis untuk dapat berpikir kritis.

2. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai faktor – faktor apa saja yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan M-Banking Syariah, serta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian berikutnya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perbankan syariah mengenai faktor – faktor apa saja yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan M-Sanking Syariah sehingga perbankan syariah dapat mengoptimalkan lagi layanan M-banking syariah tersebut.

1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika penulisan skripsi yang akan digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, berikut penjelasan dari masing – masing bab :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan memaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan memaparkan mengenai landasan teori dan pengertian variabel, telaah penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan gambar kerangka penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai bagaimana metode penelitian akan dilakukan. Metodologi penelitian terdiri dari populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, uji instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan dan menguraikan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan alat uji dan analisis data yang digunakan.

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri atas kesimpulan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

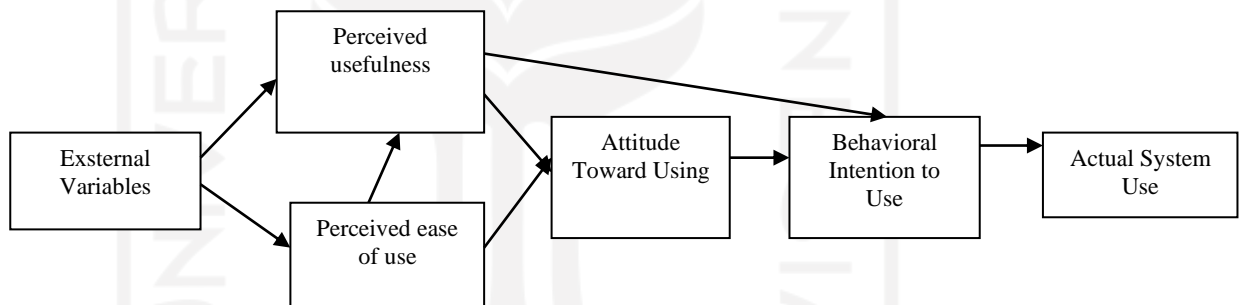
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 yang mengadopsi model *Theory Of Reasoned Action (TRA)* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. TAM dirancang dengan dua konstruksi utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) terhadap minat seseorang untuk menggunakan sistem informasi. Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitas dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi dapat terbebas dari usaha (Suhartanto et al., 2019)

Dalam penelitiannya Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*Perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) juga dapat berpengaruh terhadap minat

perilaku penggunaan. Dapat diartikan bahwa jika kemudahan dalam menggunakan sistem informasi berguna bagi penggunanya maka sistem tersebut dapat memberikan manfaat dan jika kemudahan dan manfaat tersebut telah dirasakan oleh penggunanya maka akan timbul minat seseorang untuk menggunakan sistem informasi tersebut. Berikut gambar pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989) dalam Gardner dan Amoroso (2004)

Gambar 2. 1
Technology Acceptance Model (TAM)



Menurut Rahayu (2015) *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki kelebihan serta kekurangan yaitu, sebagai berikut :

Kelebihan *Technology Acceptance Model (TAM)*

1. TAM merupakan model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab kegagalan penerapan sistem teknologi informasi karena tidak adanya minat para pengguna untuk menggunakannya.

2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat.
3. TAM telah banyak diuji dengan banyak penelitian dan sebagian besar hasilnya mendukung bahwa TAM merupakan model yang baik.
4. TAM merupakan model yang sederhana dan valid.

Kekurangan *Technology Acceptance Model* (TAM)

1. TAM hanya memberikan informasi yang sangat umum mengenai minat dan perilaku penggunaan dalam menerima teknologi informasi.
2. TAM tidak memiliki kontrol perilaku.
3. Penelitian TAM secara umum hanya menggunakan sebuah sistem teknologi informasi.
4. TAM tidak sepenuhnya menjelaskan hubungan antar variabel dalam model.
5. TAM tidak mempertimbangkan mengenai perbedaan kultur.

2.1.2 Bank Syariah

Berdasarkan pasal 1 Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank dibagi menjadi 2 jenis yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Bank Konvensional adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Prinsip syariah merupakan prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Pada pasal 2 Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, dijelaskan bahwa perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Pasal 3 Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah disebutkan juga bahwa tujuan dari perbankan syariah yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Bank syariah merupakan wadah untuk melakukan transaksi perbankan yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah Islam, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati – hatian. Munculnya bank syariah agar terhindar dari riba dan bunga. Riba adalah tambahan uang yang di hasilkan dari transaksi awal dalam melakukan jual beli ataupun pinjam meminjam yang bertentangan dengan syariah Islam dan termasuk transaksi yang diharamkan. Riba yang dihasilkan dari transaksi jual beli (*Riba Buyu*) yaitu riba *Fadhl* , riba *Nasi'ah* dan riba *Yad*. Riba *Fadhl* merupakan riba yang

dihasilkan dengan cara tukar menukar barang yang melebihi jumlah untuk mencari keuntungan. Kelebihan atas keuntungan tersebutlah yang termasuk kedalam riba. Riba *Nasi'ah* merupakan riba yang diperoleh karena adanya penundaan pembayaran atas transaksi yang telah dilakukan baik untuk satu jenis ataupun jenis yang berbeda. Riba *Yad* merupakan riba yang terjadi apabila terjadi transaksi jual beli barang yang disertai dengan penundaan serah terima barang tersebut baik salah satu barang ataupun kedua barang yang akan ditukarkan.

Riba yang terjadi karena transaksi pinjam meminjam atau transaksi utang piutang yaitu riba *Qardh* dan riba *Jahiliyah*. Riba *Qardh* merupakan riba yang terjadi karena pihak pemberi hutang meminta kelebihan atas utang tersebut kepada yang diberi utang pada saat mengembalikan. Kelebihan atas pengembalian utang tersebutlah yang termasuk dalam riba. Riba *Jahiliyah* merupakan riba yang terjadi apabila utang yang dibayarkan melebihi dari jumlah pokok karena pihak yang meminjam tidak dapat membayar uangnya tepat waktu, sehingga pihak peminjam meminta tambahan waktu pembayaran dan pihak pemberi hutang bersedia memberikan tambahan pembayaran atas hutangnya.

Masyarakat mulai menyadari akan haramnya riba dalam bank konvensional dan mulai berpaling pada bank syariah yang lebih menekankan pada sistem bagi hasil dan prinsip-prinsip syariah (Ramadhan & Herianingrum, 2017). Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 278 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

yā-'ayyuhā lladhīna 'āmanū ttaqū llāha wa-dharū mā baqiya mina r-ribā 'in kuntum mu'minīn.

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman” (QS. Al Baqarah 278).

Bunga dalam istilah perbankan adalah keuntungan yang diambil dari pihak bank dalam bentuk persentase bernilai 5% atau 10%. Keuntungan tersebut dapat dalam jangka waktu bulanan maupun tahunan dan akan mulai terhitung sejak nasabah melakukan pinjaman. Pada bank syariah biasanya istilah tersebut menggunakan margin keuntungan, berbeda dengan bank konvensional yang menggunakan istilah bunga bank. Bunga bank bagi bank konvensional merupakan keuntungan yang dihasilkan serta dapat menanggung biaya operasional. Bunga bank yang diberikan perbankan pada nasabah biasanya bunga simpanan dan bunga pinjaman. Bunga simpanan merupakan bunga yang diberikan atas balas jasa untuk nasabah telah menyimpan uangnya di bank. Contohnya bunga tabungan dan bunga deposito. Bunga pinjaman merupakan bunga yang akan dibebankan kepada nasabah karena memiliki pinjaman di bank. Contohnya bunga kredit.

2.1.2.1 Sejarah Bank Syariah di Dunia

Perbankan merupakan lembaga yang menjalankan fungsi utamanya sebagai pemberi pinjaman uang, menerima simpanan uang dan memberikan jasa pengiriman uang. Masyarakat muslim sejak zaman Rasulullah SAW telah menjalankan pembiayaan menggunakan akad yang sesuai dengan syariah. Fungsi utama perbankan modern pun seperti penerimaan deposit, menyalurkan dana, transfer dana tidak terpisahkan dari bagian kehidupan umat muslim sejak zaman Rasulullah SAW. Rasulullah SAW yang dikenal dengan julukan Al-Amin, dipercaya oleh masyarakat Makkah menerima simpanan harta, sehingga pada saat terakhir sebelum hijrah ke Madinah, beliau meminta Ali bin Abi Thalib r.a untuk mengembalikan semua titipan itu kepada pemiliknya (Maimory, 2018). Hal ini dapat dikatakan bahwa pihak yang dititipkan tidak dapat memanfaatkan harta yang dititipkan tersebut.

Perkembangan bank syariah modern pun dimulai sekitar tahun 1940 di Pakistan dan Malaysia dalam melakukan pengelolaan dana jamaah haji secara non konvensional. Kemudian dalam konsep kelembagaan dari perwujudan perbankan syariah mendirikan Islamic Rular Bank di daerah Mit Ghamr pada tahun 1963, yang tercatat sebagai bank Islam pertama kali, atas binaan dari Prof. Dr. Abdul Aziz El-Nagar yang dalam hal pendanaannya mendapatkan bantuan dari Raja Faisal pada Tahun 1963 hingga 1967 di Kairo Mesir (Maimory, 2018). Berdirinya bank Islam pertama kali ini dianggap berhasil dan berjalan dengan baik karena berdasarkan prinsip muamalah Islam serta sesuai dengan daerah pedesaan. keberhasilan tersebut

dapat dilihat ketika Mid Ghmar dapat memberikan inspirasi kepada umat muslim di seluruh dunia bahwa prinsip Islam masih dapat dilakukan pada bisnis modern. Akan tetapi pada tahun 1975 bank ini mengalami permasalahan politik sehingga mengharuskan bank untuk ditutup.

Pada tahun 1970-an perkembangan bank Islam di seluruh dunia pun mulai menyebar dengan luas bahkan hingga negara – negara di bagian Barat. Beberapa negara Pakistan, Iran dan Sudan, bahkan mengubah seluruh sistem keuangan di negara itu menjadi sistem nir- bunga, sehingga semua lembaga keuangan di negara tersebut beroperasi tanpa menggunakan bunga (Maimory, 2018).

2.1.2.2 Sejarah Bank Syariah di Indonesia

Sejarah perkembangan bank syariah di Indonesia dapat digolongkan lebih lambat jika dibandingkan dengan negara – negara lain di dunia. Tahun 1990 tepatnya bulan Agustus konsepsi pembentukan perbankan Islam mendapatkan perhatian khusus terbukti diadakannya lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua Bogor tanggal 18-20 Agustus yang diselenggarakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Maimory, 2018). Hasil yang diperoleh atas musyawarah yang telah dilakukan yaitu pada tanggal 1 November 1991 didirikannya bank syariah pertama di Indonesia yang bernama Bank Muamalat Indonesia (BMI). Hingga Tahun 1998 pun masih satu unit bank syariah yang beroperasi di Indonesia. Sampai pada tahun 1999 bank syariah di

Indonesia mulai berkembang dengan berdirinya Bank IFI dengan cabang syariah, Bank Syariah Mandiri, dan lima cabang bank syariah dari PT Bank Negara Indonesia.

Perkembangan bank syariah seiring berjalannya waktu terus meningkat dan bank konvensional mulai membuka unit usaha syariah, seperti Bank BRI, Bank Bukopin, Bank Mega, Bank BTN, Bank Niaga dan lainnya. Akan tetapi perkembangan bank syariah di Indonesia masih dapat dikatakan kurang sempurna karena masih berinduk pada Bank Indonesia dan belum memiliki Lembaga keuangan khusus untuk bank syariah .

2.1.2.3 Tujuan Dan Fungsi Bank Syariah

Tujuan bank syariah telah dijelaskan pada Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 3 bahwa tujuan dari Bank syariah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka untuk meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank syariah dalam menjalankan tugasnya juga bertujuan untuk menyelamatkan masyarakat muslim agar terhindar dari riba.

Pada Undang Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 4 disebutkan pula fungsi dari bank syariah yaitu :

1. Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

2. Menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, ataupun dana sosial dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Menjalankan semua fungsi social sesuai dengan peraturan perundang – undang.

2.1.2.4 Dasar Hukum Bank Syariah di Indonesia

Pada Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa Dasar Hukum Bank Syariah di Indonesia sejalan dengan tujuan pembangunan nasional Indonesia untuk mencapai terciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, dikembangkan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa – jasa perbankan syariah semakin meningkat sehingga, perbankan syariah memiliki kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional.

2.1.2.5 Akad Bank Syariah

Akad menurut *fiqh* Islam berarti perjanjian, perikatan dan pemufakatan. Akad juga dapat dikatakan suatu perjanjian, perikatan, ataupun pemufakatan yang dilakukan dua pihak atau lebih untuk mengikat dirinya dengan dasar kesepakatan. Peran *Ijab* dan *Kabul* dengan mendasari syaria Islam sangat berpengaruh akan munculnya hukum dari akad yang di sepakati. *Ijab* merupakan pernyataan dalam melakukan ikatan sedangkan *Kabul* adalah pernyataan dalam menerima suatu ikatan. Syarat umum yang harus denuhi suatu akad menurut ulama *fiqh* antara lain, pihak-pihak yang melakukan akad telah cakap bertindak hukum, objek akad harus ada dan dapat diserahkan ketika akad berlangsung, akad dan objek akadnya tidak dilarang syara', ada manfaatnya, *ijab* dan *qabul* dilakukan dalam satu majelis dan tujuan akad harus jelas dan diakui syara' (Ichsan, 2016).

Dalam operasional bank syariah akad yang digunakan adalah akad untuk mencari keuntungan (*tijarah*) dan akad sebagai kegiatan tolong menolong (*tabarru*) serta sesuai dengan ilmu *fiqh* muamalah. Berikut penjelasan mengenai akad tersebut jika dilihat dari ada atau tidaknya kompensasi :

1. **Akad *Tijarah***

Akad *Tijarah* adalah akad yang digunakan untuk mencari keuntungan atau profit karena akad *tijarah* ini bersifat komersial. Dalam dunia perbankan akad *tijarah* terbagi menjadi *Natural Certainty Contract* dan *Natural Uncertainty Contract*.

Natural Certainty Contract merupakan perjanjian yang dilakukan untuk menentukan jumlah nominal atas keuntungan yang diperoleh nantinya dan perjanjian tersebut dilakukan pada awal kontrak. Berbeda dengan *Natural Certainty Contract*, *Natural Uncertainty Contract* pada saat awal kontrak tidak langsung menentukan jumlah nominal atas keuntungan melainkan menyepakati nisbah bagi hasil atas keuntungan yang diperoleh nantinya.

a. Jenis *Natural Certainty Contract*

Akad Jual Beli

- *Bai' naqdan* : Transaksi yang dilakukan secara tunai.
- *Bai' muajjal* : Transaksi yang dilakukan dengan cicilan.
- *Murabahah* : Transaksi yang dilakukan dimana pihak penjual dan pembeli terbuka atas nominal keuntungan yang diperoleh.
- *Salam* : Akad yang dimana transaksi dilakukan dengan cara memesan dan membayar terlebih dahulu dengan ketentuan yang berlaku.
- *Istisna* : Akad yang dilakukan dimana transaksi dilakukan dengan cara memesan terlebih dahulu dengan ketentuan yang berlaku.

Akad Sewa Menyewa

- *Ijarah* : Akad yang digunakan untuk memindahkan hak guna atas barang dengan melakukan pembayaran sewa tanpa melakukan pemindahan atas kepemilikan barang tersebut.

- *Ijarah Muntahiya Bittamlik* : Akad sewa- menyewa yang dilakukan pada akhir periode dengan melakukan pemindahan kepemilikan atas objek sewa tersebut.
- *Ju'alah* : Akad yang akan bayarkan berdasarkan kinerja objek yang disewa.

b. Jenis *Natural Uncertainty Contract*

- *Musarakah* : Akad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan memberikan kontribusi modal dan menyepakati bahwa jika terdapat risiko maka akan ditanggung bersama serta keuntungan yang diperoleh akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan. Musarakah dibagi menjadi beberapa jenis yaitu *Mufawadhah, Inan, Wujuh* dan *Abdan* .

Mufawadhah merupakan akad yang memberikan kontribusi modal dengan nominal yang sama. Keuntungan yang diperoleh akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan dan kerugian akan ditanggung bersama. *Inan* merupakan akad yang dilakukan dimana kontribusi modal yang diberikan dari masing – masing pihak memiliki jumlah berbeda. Keuntungan yang diperoleh akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan dan kerugian ditanggung sesuai dengan nominal modal. *Wujuh* merupakan akad dimana satu pihak memberikan modal dan pihak lain memberikan reputasi. Keuntungan akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan tetapi kerugian modal akan ditanggung pihak yang memberikan modal dan pihak yang memberikan reputasi menanggung

repotasi. Terakhir *Abdan* yaitu akad yang dilakukan dengan cara masing - masing pihak menggabungkan keahliannya.

- *Mudharabah* : Akad yang dilakukan dimana satu pihak memberikan modal penuh dan pihak lain memberikan keahliannya dan mengelolah. Mudharabah terdiri atas dua jenis yaitu *Mudharabah Mutlaqah* dan *Mudharabah Muqayyadah*. *Mudharabah Mutlaqah* merupakan akad dimana dana yang diinvestasikan boleh digunakan oleh pihak lainnya dalam melakukan usaha. *Mudharabah Muqayyadah* merupakan akad dimana dana yang diperoleh hanya boleh digunakan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan.
- *Muzara'ah* : Akad yang dilakukan dalam bidang pertanian antara pemilik dan penggarap dimana benih dari pihak penggarap.
- *Musaqah* : Akad yang dilakukan dalam bidang pertanian antara pemilik dan penggarap dengan perjanjian bagi hasil.
- *Mukharabah* : Akad *muzara'ah* dimana benih dari pihak pemilik.

2. Akad Tabarru'

Akad *Tabarru'* adalah akad yang digunakan bukan semata – mata untuk mencari keuntungan melainkan sebagai kegiatan tolong menolong serta mengharapkan pahala dari Allah SWT. Pihak yang memberikan pertolongan pun tidak mesyaratkan suatu imbalan pada pihak yang di beri pertolongan. Berikut macam – macam akad tabarruh dalam bank syariah yaitu :

a. Al-Qardh

Qardh merupakan memberikan pinjaman atau memberikan harta kepada orang lain tanpa mengharapkan suatu imbalan. *Qardh* dalam pengaplikasiannya di bank syariah yaitu sebagai fasilitas yang dibutuhkan nasabah ketika nasabah membutuhkan dana cepat karena nasabah tersebut tidak dapat menarik dananya yang misalnya tersimpan dalam bentuk deposit. Sebagai produk yang dibutuhkan jika nasabah membutuhkan pinjaman dana untuk waktu yang relatif singkat. *Qardh* dalam bank syariah juga sebagai produk untuk membantu memberikan sumbangan kepada usaha kecil dan sektor sosial.

b. Wakalah

Wakalah merupakan melimpahkan kekuasaan dari pihak yang mewakilkan suatu urusannya kepada pihak lainnya dalam hal yang boleh untuk diwakilkan. Dalam kaitannya dengan bank syariah *wakalah* dapat berbentuk pelayanan jasa dimana pihak bank akan memberikan jasa *wakalah* sebagai pengganti pihak nasabah. *Wakalah* terdiri dari tiga jenis yaitu *Wakalah al mutlaqah*, *Wakalah al muqayyadah* dan *Wakalah al amah*.

Wakalah al mutlaqah yaitu mewakilkan apapun urusannya tanpa adanya batasan apapun. *Wakalah al muqayyadah* yaitu penunjukan siapa yang akan menjadi wakil atas nama dalam urusan tersebut. Terakhir *Wakalah al amah* yaitu perwakilan yang lebih luas cangkupannya dari *al mutlaqah* dan lebih sedhada dari *al muqayyadah*.

c. Kafalah

Kafalah merupakan tanggung jawab atau jaminan yang diberikan oleh pihak penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga dalam memenuhi keutuhan dari pihak kedua (*makful*). Akad *Kafalah* terdiri dari beberapa jenis yaitu *Kafalah bin Nafs*, *Kafalah bil-Maal*, *Kafalah bit Taslim*, *Kafalah al- Munjazah* dan *Kafalah al- Muallaqah*.

Pertama *Kafalah bin Nafs* yaitu akad yang diberikan sebagai jaminan diri sendiri. Kedua *Kafalah bil-Maal* yaitu akad yang diberikan sebagai jaminan pada saat melakukan pelunasan hutang ataupun pada saat pelunasan barang. Ketiga *Kafalah bit Taslim* yaitu akad yang dilakukan sebagai jaminan pada saat mengembalikan barang yang disewakan. Keempat *Kafalah al- Munjazah* yaitu jaminan yang tidak terbatas baik waktu atau tujuan tertentu. Terakhir *Kafalah al- Muallaqah* yaitu penyederhanaan dari bentuk jaminanan *Kafalah al- Munjazah* yang dapat dilakukan oleh pihak industri perbankan ataupun asuransi.

d. Hawalah

Hawalah merupakan akad pengalihan hutang piutang dari pihak yang memiliki hutang piutang kepada pihak yang bersedia menanggungnya dengan nominal yang sama dengan hutang tersebut. Dalam kaitannya dengan bank syariah *hawalah* digunakan untuk membantu nasabah dalam menjalankan produksi dengan mengambil alih atas piutang nasabah dan bank akan memperoleh pembayaran atas hasil produksi yang diperoleh nasabah.

e. *Rahn*

Akad *rahn* merupakan kegiatan menggadaikan barang kepada pihak lainnya (bank) sehingga timbulah hutang tetapi tanpa adanya bunga. *Rahn* juga bisa sebagai jaminan dimana bank akan menahan barang milik nasabah atas konsekuensi akad.

f. *Wadi'ah*

Wadi'ah merupakan akad yang dilakukan antara pihak yang memiliki barang (*mudi'*) dengan yang pihak yang diberikan titipan (*wadi'*) untuk menjaga barang tersebut agar terhindar dari kerusakan dan menjaga barang tersebut agar tetap aman. *Wadi'ah* sendiri terdiri dari dua jenis. Pertama *Wadiah Yad Dhamanah* yang berarti pihak yang di titipkan bertanggung jawab penuh akan barang yang dititipkan dengan menjaga, merawat barang tersebut agar terhindar dari segala kerusakan maupun kerugian serta terjamin keamanannya. Pihak yang dititipi pun boleh menggunakan dan memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizin pihak yang menitipkan. *Wadiah* jenis ini banyak diterapkan dalam bank syariah.

Kedua *Wadiah Yad Amanah* dimana pihak yang dititipkan diberikan amanah dan kepercayaan atas barang yang dititipkan. Jika barang tersebut mengalami kerusakan yang bukan dari kelalaian pihak yang dititipkan maka pihak tersebut tidak berkewajiban untuk menggantinya. Pihak yang di titipkan pun tidak dapat menggunakan dan memanfaatkan barang tersebut.

2.1.2.6 Perbedaan Bank Syariah dan Bank konvensional

Perbankan di Indonesia baik bank syariah maupun bank konvensional dalam menjalankan usahanya memiliki perbedaan yang signifikan. Adapun perbedaan bank syariah dan bank konvensional menurut Antonio (2007:34) dalam Mujaddid dan Nugroho (2019) yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. 1

Tabel Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Prinsip bank syariah yaitu bagi hasil, jual beli dan sewa.	Prinsip bank konvensional yaitu memakai perangkat bunga dalam kegiatan operasionalnya.
Melakukan kegiatan investasi pada sektor yang halal.	Melakukan kegiatan investasi ke sektor yang halal.
Hubungan dengan nasabah yaitu sebagai mitra.	Hubungan dengan nasabah yaitu sebagai kreditur – debitur
Profit dan falah oriented	Profit oriented
Terdapat Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi kegiatan operasional perbankan.	Tidak ada dewan sejenis.

2.1.3 Mobile Banking Syariah

Bank syariah pada era yang serba modern ini tidak ingin ketinggalan akan kesempatan yang ada untuk mengembangkan suatu sistem yang dapat memudahkan nasabahnya untuk melakukan transfer, transaksi keuangan, cek saldo dan pembayaran-pembayaran lainnya tanpa datang langsung ke bank atau ATM. Pada dasarnya M-Banking Syariah dan M-Banking biasa merupakan layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan kegiatan perbankan melalui smartphone. Akan tetapi yang membedakan M-banking Syariah dengan M-Banking biasa yaitu bank yang mengelolanya. M-banking syariah merupakan sistem yang dikelola oleh bank syariah sedangkan M-Banking biasa merupakan sistem yang dikelola oleh bank konvensional.

Fitur yang disediakan M-Banking Syariah dengan M-Banking biasa pun berbeda. Dalam M-Banking Syariah pada umumnya tersedia fitur tambahan dengan sentuhan keislaman yaitu, terdapat fitur untuk membayar zakat/infaq, membayar takaful, terdapat pula jadwal sholat, arah kiblat, lokasi masjid dan sebagainya. Akan tetapi fitur tiap bank syariah pun tidak semuanya sama karena tergantung dari masing – masing bank ingin menambahkan fitur dengan sentuhan keislaman yang seperti apa. Adanya tambahan fitur dengan sentuhan keislaman juga menjadi nilai tambah tersendiri dari M-Banking Syariah.

M-Banking Syariah didesain khusus untuk nasabah bank syariah yang ingin melakukan kegiatan perbankan syariah sehingga tidak berhubungan dengan riba atau bunga. Hal tersebut menjadi alasan mengapa layanan M-Banking Syariah lebih menarik perhatian umat muslim yang berkomitmen religious dibandingkan dengan non muslim (Sun et al., 2012) dalam Thaker et al. (2019) . Manfaat yang dirasakan nasabah dalam menggunakan M-Banking Syariah pun juga terlihat jelas yaitu penggunaanya dapat melakukan transaksi perbankan atau transaksi lainnya dengan efektif dan efisien karena dapat digunakan kapan saja dan dimana saja dengan catatan terdapat jaringan internet.

Selain itu dalam pengoperasiannya M-Banking Syariah juga memiliki risiko hal tersebut terjadi karena transaksi yang dilakukan pada media online memang rentan akan risiko. Risiko yang mungkin akan terjadi pada M-Banking Syariah yaitu adanya hacker, penyalahgunaan informasi pribadi nasabah dan penyalahgunaan saldo rekening nasabah. Pihak bank pun telah mengoptimalkan sistem keamanan dengan berlapis lapis pada M-Banking Syariah agar tidak merugikan nasabahnya. Adapun Undang – undang yang mengatur jika pihak nasabah merasa dirugikan oleh pihak bank syariah yaitu Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

2.1.4 COVID-19

Coronavirus Disease 2019 atau biasa disebut Covid-19 merupakan virus yang menyerang bagian paru-paru dan tergolong berbahaya karena dapat menular dengan cepat serta mematikan. Covid-19 pertama kali muncul pada akhir tahun 2019 di Tiongkok, China. Penyebaran Covid-19 ini terus berkembang dengan cepat hingga keseluruh dunia termasuk Indonesia. Ukuran dari Covid-19 ini sangat kecil yang diperkirakan 125 nanometer atau 0,125 mikrometer sehingga tidak dapat dipandang hanya menggunakan mata telanjang. Penyebaran Covid-19 pada umumnya terjadi karena percikan air liur, melakukan kontak langsung dengan seseorang yang telah terinfeksi dan menyentuh bagian mata, hidung, mulut setelah melakukan kontak secara langsung oleh seseorang yang telah terinfeksi.

Pemerintah di seluruh dunia telah melakukan berbagai upaya untuk dapat meminimalisir penyebaran dari Covid-19 salah satunya melakukan lockdown. Lockdown yang dilakukan dimana pemerintah negara-negara menutup akses keluar masuknya kegiatan antar negara maupun antar kota sehingga tidak adanya kegiatan yang terjadi. Pemerintah Indonesia juga melakukan berbagai kebijakan yaitu dengan melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), kewajiban menggunakan masker, rajin mencuci tangan, serta melakukan social distancing.

11 Januari 2021 pemerintah Indonesia telah resmi mengeluarkan vaksin Covid-19 setelah dilakukan pemeriksaan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan

(BPOM). Vaksin Covid-19 pertama kali disuntikan kepada bapak Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka. Vaksin ini bertujuan untuk menjaga kekebalan tubuh agar bisa terhindar dari Covid-19 tetapi bukan berarti setelah dilakukan vaksin tubuh bisa langsung kebal dan terhindar dari infeksi Covid-19. Masyarakat Indonesia pun tetap dihimbau untuk dapat menjalankan protokol kesehatan dengan semestinya agar pencegahan Covid-19 dapat dilakukan dengan maksimal.

2.1.4.1 Gejala COVID-19

Gejala yang dirasakan setiap masing-masing individu yang terinfeksi Covid-19 pada umumnya memiliki respon yang berbeda-beda. Hal ini terjadi karena daya tahan tubuh serta imun yang berbeda pula. Gejala Covid-19 rata-rata akan mulai muncul ketika 5-6 hari setelah terinfeksi dan bisa juga akan muncul ketika telah terinfeksi selama 14 hari. Bagi seseorang yang terinfeksi Covid-19 dengan mengalami gejala ringan hingga sedang biasanya akan pulih dan hanya perlu melakukan isolasi mandiri. Akan tetapi untuk seseorang yang dengan gejala yang serius perlu penanganan khusus yang dilakukan di Rumah Sakit. Berikut beberapa gejala yang di rasakan ketika terinfeksi Covid-19 pada umumnya mulai dari gejala yang ringan hingga serius :

1. Gejala Ringan :
 - a. Batuk kering yang terjadi terus menerus
 - b. Demam

- c.Kelelahan
2. Gejala Sedang :
- a.Demam atau kedinginan
 - b.Rasa nyeri serta tidak nyaman
 - c.Hilangnya indra penciuman atau perasa
 - d.Sakit tenggorokan
 - e.Timbul ruam pada kulit atau perubahan warna kulit
 - f.Mata menjadi merah
 - g.Diare
 - h.Sakit kepala
3. Gejala Serius :
- a.Sesak nafas atau kesulitan bernafas
 - b.Rasa nyeri pada dada atau timbul rasa tertekan pada dada
 - c.Sulit berbicara ataupun bergerak

2.1.4.2 Peraturan Terkait COVID-19

Covid-19 yang terus menyebar dan tak kunjung usai membuat pemerintah membuat peraturan yang berkaitan dengan Covid-19. Hal ini sebagai bentuk pengendalian hukum agar peraturan dapat dilakukan dengan benar tanpa adanya kesenjangan sosial oleh penegak hukum. Penekan asas-asas hukum diperlukan untuk memperlancar terbentuknya struktur ekonomi masyarakat (Syafriada & Hartati, 2020).

Berikut beberapa peraturan yang berkaitan dengan Covid-19 :

1.Undang - Undang Nomor 6 Tahun 2018

Undang - undang Nomor 6 Tahun 2018 ini membahas tentang karantina kesehatan. Dan tujuan disahkannya Undang – Undang ini untuk melindungi masyarakat Indonesia dari gangguan penyakit baru ataupun penyakit lama yang muncul kembali.

2. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020

Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 (COVID-19).

3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020

Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 merupakan peraturan yang membahas tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang telah ditetapkan oleh Menteri Kesehatan serta dapat dilakukan oleh Pemerintah Daerah berdasarkan Persetujuan dari Menteri.

4. Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 1 Tahun 2020

Penerbitan Perpu Nomor 1 Tahun 2020 membahas tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem.

5. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo telah menerbitkan Keputusan Presiden No 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. Keputusan ini diterbitkan dengan menimbang bahwa dengan menyebarnya Covid-19 di Indonesia maka perlu dilakukan antisipasi atas dampak yang terjadi.

6. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 11/POJK.03/2020

Peraturan yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membahas tentang Stimulasi Perekonomian Nasional Sebagai Countercyclical Dampak Penyebaran Covid-19. Akibat penyebaran Covid-19 juga berdampak pada perbankan di Indonesia. Kebijakan yang diterbitkan pada POJK bertujuan untuk mendorong kinerja dari perbankan terkhusus fungsi intermediasi, menjaga stabilitas dari sistem keuangan, serta menjaga pertumbuhan ekonomi. Cara yang dapat dilakukan untuk dapat menjaga pertumbuhan ekonomi yaitu nasabah kredit bank dapat mengajukan perpanjangan atas cicilan kredit, pengajuan keringanan atas kredit, pengurangan atas tunggakan pokok dan bunga, serta memberikan kelonggaran waktu untuk membayar cicilan pokok dan bunga. Kredit yang direstrukturisasi akan diberikan kepada debitur yang berdampak Covid-19 termasuk pula debitur usaha mikro, kecil dan sedang.

7. Maklumat Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor: Mak/2/III/2020

Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia telah mengeluarkan maklumat tentang Kepatuhan Terhadap Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Penyebaran Covid-19. Masyarakat Indonesia dihimbau untuk dapat mematuhi peraturan yang telah ditetapkan guna untuk mengurangi penyebaran Covid-19.

8. Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 18 Tahun 2020

Fatwa yang diterbitkan MUI Nomor 18 Tahun 2020 membahas tentang Pedoman Pengurusan Jenazah (Tajhiz Al – Jana'iz) Muslim Yang Terinfeksi Covid-19. Pengurusan jenazah muslim yang terinfeksi Covid-19 baik memandikan dan mengafani harus dilakukan sesuai protokol kesehatan dan dilakukan oleh pihak yang berwenang dengan tetap memperhatikan ketentuan syariat. Menshalatkan dan menguburkan dilakukan dengan sebagaimana biasanya serta tetap menjaga agar tidak terinfeksi Covid-19.

2.2 PENJELASAN VARIABEL PENELITIAN

2.2.2 Variabel Dependen : Minat untuk Menggunakan (*Intention to Use*)

Minat adalah rasa ketertarikan atau keinginan seseorang yang mendorong untuk melakukan atau menggunakan sesuatu. Dalam layanan M-Banking Syariah minat dapat berupa ketertarikan nasabah untuk menggunakan M-Banking Syariah. Minat menggunakan M-Banking Syariah biasanya muncul karena nasabah merasa

M-Banking Syariah telah memenuhi standar kriteria yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh nasabah.

Menurut Ferdinand (2006:129) dalam Putri dan Syathiri (2016) terdapat beberapa indikator dalam mendefinisikan minat, yaitu sebagai berikut :

1. Minat Transaksional : kecenderungan seseorang untuk membeli produk
2. Minat Referensial : kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
3. Minat Preferensial : menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefensinya.
4. Minat Eksploratif : menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat –sifat positif dari produk tersebut.

Jika rasa tertarik seseorang itu muncul maka intensitas dalam penggunaannya akan semakin meningkat. Intensitas penggunaan sendiri adalah rasa senang untuk menggunakan atau melakukan suatu aktivitas sehingga meningkatkan penggunaan dalam menggunakan atau melakukan sesuatu.

2.2.3 Variabel Independen : Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan diri seseorang untuk menggunakan sesuatu yang dapat memberikan kemudahan tanpa perlu melakukannya dengan usaha yang besar. Artinya kemudahan penggunaan dirancang untuk tidak

menyulitkan para penggunanya. Menurut Davis (1989) ada beberapa indikator yang dapat memberikan kemudahan suatu sistem informasi, yaitu :

1. Mudah untuk dipelajari dan dioperasikan.
2. Penggunanya dapat dengan mudah mengerjakan apa yang ingin dikerjakan.
3. Dapat menambah keterampilan para penggunanya.

Dalam kaitannya dengan M-Banking Syariah kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sistem yang dapat memberikan kemudahan kepada para penggunanya. Kemudahan tersebut dapat berupa para pengguna dapat mengoperasikan M-banking syariah dengan mudah dan dapat dipahami. Pihak bank pun memberikan tata cara penggunaan M-Banking Syariah agar pengguna pun tidak kebingungan dan dapat dengan mudah mengoperasikannya. Selain itu kemudahan penggunaan yang dirasakan nasabah yaitu dapat melakukan transaksi perbankan atau transaksi lainnya dengan efektif dan efisiensi karena M-banking syariah beroperasi 24 jam.

2.2.4 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Manfaat merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sesuatu dapat memberikan manfaat. Davis (1989) mendefinisikan bahwa persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya. Dalam kaitannya dengan M-Banking Syariah manfaat yang dirasakan nasabah yaitu ketika layanan

M-Banking Syariah ini mampu memberikan kebutuhan kepada nasabahnya salah satunya dengan cara memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus antri. Nasabah tidak perlu lagi antri di bank untuk melakukan transaksi perbankan karena transaksi tersebut dapat dilakukan hanya dengan smartphone. Tak hanya melakukan transaksi perbankan manfaat yang dirasakan dengan menggunakan layanan M-banking syariah yaitu nasabah dapat membayar zakat dan takaful secara online, mengecek saldo, info kurs, ada pula M-banking syariah yang menyediakan fitur jadwal sholat dan manfaat lainnya. Karena itu tingkat dari kemanfaatan dari M-Banking Syariah akan mempengaruhi sikap nasabah terhadap sistemnya.

2.2.5 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Risiko merupakan rasa ketidakpercayaan dan keragu-raguan yang dirasakan seseorang dalam mengambil suatu keputusan bahwa suatu keputusan tersebut akan diambil atau tidak. Menurut Hadi dan Novi (2015) risiko adalah suatu ketidakpastian yang mempertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Dalam melakukan transaksi secara online risiko yang dihadapi dapat terbilang tinggi karena pengguna tidak mengetahui secara pasti bagaimana transaksi tersebut apakah telah diproses atau belum, karena transaksi tidak dilakukan secara langsung (tatap muka). Bila dalam konteks M-Banking Syariah risiko yang dihadapi nasabah yaitu nasabah tidak mengetahui dengan pasti apakah sistem yang ada pada M-Banking Syariah dapat terhindar dari hacker, penyalahgunaan informasi pribadi

nasabah dan penyalahgunaan saldo rekening nasabah . Saat menggunakan transaksi melalui M-Banking Syariah nasabah juga harus siap akan risiko yang terjadi saat menggunakannya. Akan tetapi tentunya pihak bank telah memberikan sistem dengan keamanan yang terbaik agar para nasabahnya terhindar dari risiko dan meminimalisir adanya risiko.

2.2.6 Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan adalah rasa yakin pada diri seseorang terhadap pihak lainnya bahwa pihak yang dipercayai sesuai dengan yang diharapkan dan dapat diandalkan. Dalam M-Banking Syariah kepercayaan merupakan salah satu faktor penting yang mendorong seseorang untuk menggunakannya. Jika pihak bank memberikan sistem yang baik pada layanan M-Banking Syariah dan dapat memberikan rasa aman saat melakukan transaksi maka customer pun tidak akan ragu untuk menggunakan M-Banking Syariah.

Terdapat tiga indikator kepercayaan menurut Jasfar (2009:169) dalam Fian & Yuniati (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Persepsi Integritas (*Integrity*)

Persepsi integritas merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip – prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.

2. Persepsi Kebaikan (*Benevolence*)

Persepsi kebaikan yaitu persepsi yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

3. Persepsi Kompetensi (*Competence*)

Persepsi kompetensi merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluan. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh dominan.

Adapun beberapa elemen penting dari kepercayaan menurut Barnes (2008:149) dalam Fian & Yuniati (2016) , yaitu sebagai berikut:

1. Kepercayaan merupakan perkembangan dan pengalaman dan tindakan masa lalu.
2. Watak yang diharapkan dari partner, seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
3. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko
4. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri partner.

Manfaat dengan adanya kepercayaan menurut Lita (2009:72) dalam Fian & Yuniati (2016) antara lain :

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

2.2.7 Religiusitas (Religiosity)

Religiusitas adalah rasa yakin yang tertanam pada diri seseorang untuk meyakini sepenuh hati sesuatu berdasarkan kepercayaan dan agama seseorang. Agama tidak selalu dikaitkan dengan ibadah tetapi juga bisa dalam konteks melakukan sesuatu berdasarkan perintah dan larangan dari agama. Menurut Jalalludin (2000:95) dalam Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) sikap keberagamaan pada orang dewasa memiliki perspektif yang luas didasarkan atas nilai – nilai yang dipilihnya, pendalaman pengertian dan perluasan pemahaman tentang ajaran agama yang dianutnya, merupakan sikap dan bukan sekedar ikut – ikutan. Religiusitas dalam penggunaan M-banking syariah yaitu dimana nasabah percaya serta yakin bahwa dengan menggunakan M-Banking Syariah dapat terhindar dari hal-hal yang bersifat haram karena M-Banking Syariah merupakan layanan yang disediakan Bank syariah untuk menghindari adanya riba.

Daradjat (1982:18) dalam Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) menyebutkan bahwa terdapat dua faktor yang mendukung adanya religiusitas pada seseorang, pertama faktor perkembangan yang berhubungan dengan perkembangan psikis yang dilalui seseorang dan yang kedua faktor lingkungan yang merupakan faktor luar yang mempengaruhi kehidupan beragama yakni keluarga, sekolah, masyarakat dan latar belakang keagamaan. Jika dilihat dari pandangan islam menurut Syaltut (2001:7) dalam Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) religiusitas terdiri dari tiga bagian, pertama akidah (kepercayaan dan keimanan), kedua syariah (hukum – hukum agama yang meliputi ibadah dan muamalah) dan terakhir akhlak (budi pekerti).

2.3 PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2. 2

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel Penelitian	Populasi	Hasil Penelitian
1.	Kholid (2019)	Determinants of intention to use Islamic mobile banking: Evidence from millennial generation	Dependen : intention Independen : Performance Expectancy (PE) Effort Expectancy	142 responden generasi milenial	Variabel Performance Expectancy dan Effort Expectancy pada UTAUT berpengaruh positif signifikan terhadap nasabah yang

			(EE) Social Influence (SI) Facilitating Condition (FC) Perceived Risk (PR) Perceived Financial Cost (PFC)		menggunakan mobile banking syariah. Variabel Pengaruh sosial dan Kondisi Fasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadapnya. Variabel tambahan yaitu Perceived Risk dan Perceived Financial Cost, berpengaruh negatif signifikan terhadap niat nasabah menggunakan mobile banking syariah.
2.	Thaker et al., (2019)	Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia	Dependen : Adoption Independen Perceived Ease of Use Perceived Usefulness Relative Advantage Perceived Risk	250 pengguna layanan M-Banking Syariah di Malaysia	Risiko terbukti signifikan mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi layanan mobile banking. Persepsi kegunaan terbukti signifikan memengaruhi

			Social Norm		adopsi pelanggan terhadap layanan perbankan seluler Islami. Tiga variabel lainnya yaitu kemudahan penggunaan, keuntungan relatif dan norma sosial ditemukan tidak berpengaruh signifikan.
3.	Mohd Thas Thaker et al., (2019)	What keeps Islamic mobile banking customers loyal?	Dependen : Loyalty Independen : Satisfaction Usability Customer service Trust	250 Responden di Kembah Klang	penelitian ini tidak menemukan perbedaan dalam hasil di antara berbagai hubungan, yaitu loyalitas dan kepercayaan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan, kegunaan dan kepuasan pelanggan, layanan pelanggan dan kepuasan pelanggan, kegunaan dan layanan pelanggan,

					<p>layanan pelanggan dan kepercayaan, kegunaan dan kepercayaan di antaranya sistem mobile banking konvensional dan Islami. Dengan kata lain, dampak dari faktor-faktor tersebut sama saja dalam mencapai loyalitas pelanggan di kedua jenis mobile banking online.</p>
4.	Sari et al., (2019)	<p>TRUST ON SHARIA M-BANKING : EVIDANCE ON MILENIALS GENERATIONS</p>	<p>Dependen : Trust</p> <p>Independen : Perceived Easy of Use (PEoU) Perceived Usefulness (PU) Attitude to Product (ATP) Intention to Use (ITU)</p>	330 pengguna M-Banking Syariah yang tersebar di Indonesia	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <p>PEoU berpengaruh positif terhadap PU</p> <p>PEoU berpengaruh positif terhadap ATP, PU</p> <p>PU berpengaruh positif terhadap ATP</p> <p>ATP berpengaruh</p>

					positif terhadap ITU ITU berpengaruh positif terhadap Trust.
5.	Habibi & Zaky, (2015)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah	Dependen : Minat Pengguna Independen : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan	61 Mahasiswa Akuntansi di Universitas Brawijaya Malang yang pernah menggunakan M-Banking Syariah	persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap sikap penggunaan dan sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>mobile banking syariah</i> . Sebaliknya, kepercayaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan <i>mobile banking syariah</i> . Hal ini berarti bahwa minat menggunakan <i>mobile banking syariah</i> dipengaruhi oleh sikap dan sikap

					dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan.
6.	Rahayu (2015)	MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)	<p>Dependen : behavioral intention</p> <p>Independen : perceived usefulness perceived ease of use perceived credibility information of mobile banking</p>	376 nasabah BSM Cabang Yogyakarta yang menggunakan M-Banking	<p>Presepsi manfaat (perceived usefulness) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan Mobile Banking.</p> <p>Persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) berpengaruh negatif terhadap minat perilaku menggunakan Mobile Banking.</p> <p>Persepsi kredibilitas (perceived credibility) berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan Mobile Banking.</p> <p>Informasi tentang Mobile Banking berpengaruh</p>

					positif terhadap perilaku menggunakan Mobile Banking.
7.	Suharta nto et al., (2019)	Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model	Dependen : Adoption Independen : Perceived Easiness Perceived Usefulness Religiosity User Satisfaction Intention to Use	300 nasabah M-Banking Syariah di Jawa Barat, Indonesia	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa integrasi model TAM dan Religiosity-Intention memberikan penjelasan yang lebih lengkap tentang adopsi mobile banking oleh konsumen bank syariah. Selain kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan, hasil penelitian ini menekankan pentingnya religiusitas dalam adopsi mobile banking. sesuai dengan aturan-aturan dan standar pelayanan yang ditegakkan dalam dunia Perbankan

					Syariah.
8.	Fitriani sa et al., (2020)	PERAN PUBLIC RELATIONS, KEPERCAYA AN, DAN PERSEPSI KEMUDAHA N DALAM MENDORON G MINAT BERTRANSA KSI MENGUNA KAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok)	Dependen : Minat Bertransaksi Independen : Public Relations Kepercayaan Persepsi Kemudahan	100 responden pengguna M-Banking BNI Syariah di Depok.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, public relations, kepercayaan, dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan dalam mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan mobile banking.
9.	Rahma wati & Fianto, (2020)	ANALISIS DESKRIPTIF PADA DIMENSI KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING (M-BANKIN G) TERHADAP KEPUASAN	Dependen : Kepuasan Nasabah Independen : Kenyamanan Keamanan Kemudahan Desain Sistem Aplikasi	100 responden pengguna M-Banking	secara keseluruhan responden merasa puas dengan aplikasi M-banking syariah. secara keseluruhan responden merasa aplikasi M-banking

		NASABAH PERBANKA N SYARIAH			syariah dapat diakses dimana dan kapan saja, memudahkan dan tepat waktu. secara keseluruhan responden merasa desain aplikasi M-banking syariah sangat menarik dan kreatif (unik). Walaupun mejadi faktor terendah, dimensi desain masih menunjukkan pada kategori baik
10.	Nurdin et al., (2020)	Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)	Dependen : kepuasan nasabah Independen : kecepatan keamanan akurasi data kepercayaan	40 responden pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu	Variabel independen (Kecepatan, Keamanan, akurasi data, dan Kepercayaan) dapat menjelaskan variabel dependen (Kepuasan nasabah) sebesar 601%, sedangkan sisanya

					diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.
--	--	--	--	--	---

2.4 HIPOTESIS PENELITIAN

2.4.2 Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*)

Kemudahan penggunaan membantu pengguna M-Banking Syariah melakukan transaksi dengan lebih efektif dan efisiensi. Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan teknologi sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tak perlu bersusah payah.

Penelitian Habibi dan Zaky (2015) dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. Sampel yang diambil pada penelitian ini mahasiswa Jurusan Akuntansi (S1) Universitas Brawijaya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat penggunaan Mobile Banking Syariah.

Penelitian Sari et al., (2019) melakukan penelitian dengan judul Trust on Sharia M-Banking : Evidence on Millennials Generations. Sampel yang diambil pada penelitian ini 330 pengguna Mobile Banking Syariah yang tersebar di seluruh Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap Attitude to Product.

Selain itu ada pula penelitian Fitriana et al., (2020) yang berjudul Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan Mobile Banking. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

2.4.3 Pengaruh Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*)

Manfaat yang ada pada saat menggunakan teknologi dapat mendorong seseorang untuk semakin tertarik untuk menggunakan dan mengaplikasikannya. Davis (1989) mendefinisikan bahwa manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya.

Penelitian Thaker et al., (2019) dengan judul Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perceived usefulness terbukti signifikan mempengaruhi minat pelanggan terhadap layanan perbankan seluler Islami.

Selain itu penelitian Sari et al., (2019) melakukan penelitian dengan judul Trust on Sharia M-Banking : Evidence on Millennials Generations. Sampel yang diambil pada penelitian ini 330 pengguna Mobile Banking Syariah yang tersebar di seluruh Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa Perceived usefulness berpengaruh positif pada Attitude to Product. Sari et al., (2019) juga menyebutkan bahwa nasabah merasakan manfaat dari penggunaan M-Banking Syariah, seperti menyelesaikan pekerjaan lebih cepat, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan keefektifan aktivitas/bisnis. Berdasarkan uraian dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Persepsi Manfaat (*Perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

2.4.4 Pengaruh Persepsi Risiko (*Perceived risk*)

Dalam melakukan transaksi melalui M-Banking Syariah seseorang akan mempertimbangkan atas risiko yang akan terjadi. Risiko dapat diartikan sebagai keadaan dimana seseorang akan mempertimbangkan akan ketidakpastian serta konsekuensi yang akan terjadi dalam melakukan suatu kegiatan. Pada saat melakukan transaksi online risiko sering kali terjadi karena media seperti ini tidak terlepas dari risiko. Tetapi dari pihak bank syariah pun telah melakukan berbagai cara untuk

mengoptimalkan layanan M-banking syariah dan telah memberikan keamanan yang berlapis – lapis agar nasabahnya dapat terhindar dari berbagai risiko.

Persepsi risiko didukung oleh penelitian Thaker et al., (2019) yang berjudul *Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS)*. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Risiko terbukti signifikan mempengaruhi nasabah dalam mengadopsi layanan Mobile Banking. Berdasarkan uraian tersebut dan penelitian terdahulu maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Persepsi Risiko (*Perceived risk*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

2.4.5 Pengaruh Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam penggunaan M-Banking Syariah. Pada dasarnya kepercayaan akan timbul jika perbankan memberikan sistem serta pelayanan yang baik pada nasabahnya. Ketika rasa kepercayaan itu muncul maka akan timbul rasa ketertarikan dan mendorong seseorang untuk menggunakannya.

Pada penelitian Fitriyana et al., (2020) yang berjudul *Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi*

Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan M-banking.

Penelitian Nurdin et al., (2020) yang berjudul Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). Hasilnya juga menunjukkan bahwa Kepercayaan bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi Kepercayaan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Dapat dikatakan pula bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dari uraian tersebut dan beberapa penelitian terdahulu maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kepercayaan (Trust) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

2.4.6 Pengaruh Religiusitas (Religiosity)

Religiusitas merupakan keyakinan yang bersifat individual yang telah tertanam dalam diri seseorang untuk melakukan dan menggunakan sesuatu sesuai dengan perintah dan larangan agama. Menurut Suhartanto et al., (2019) religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang. Dalam terminologi para ahli syariat, agama atau keagamaan biasanya diartikan suatu peraturan Tuhan yang mendorong jiwa

seseorang yang memiliki akal untuk berpegang teguh pada peraturan-Nya dengan kehendaknya sendiri untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan kebahagiaan hidup di akhirat (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018).

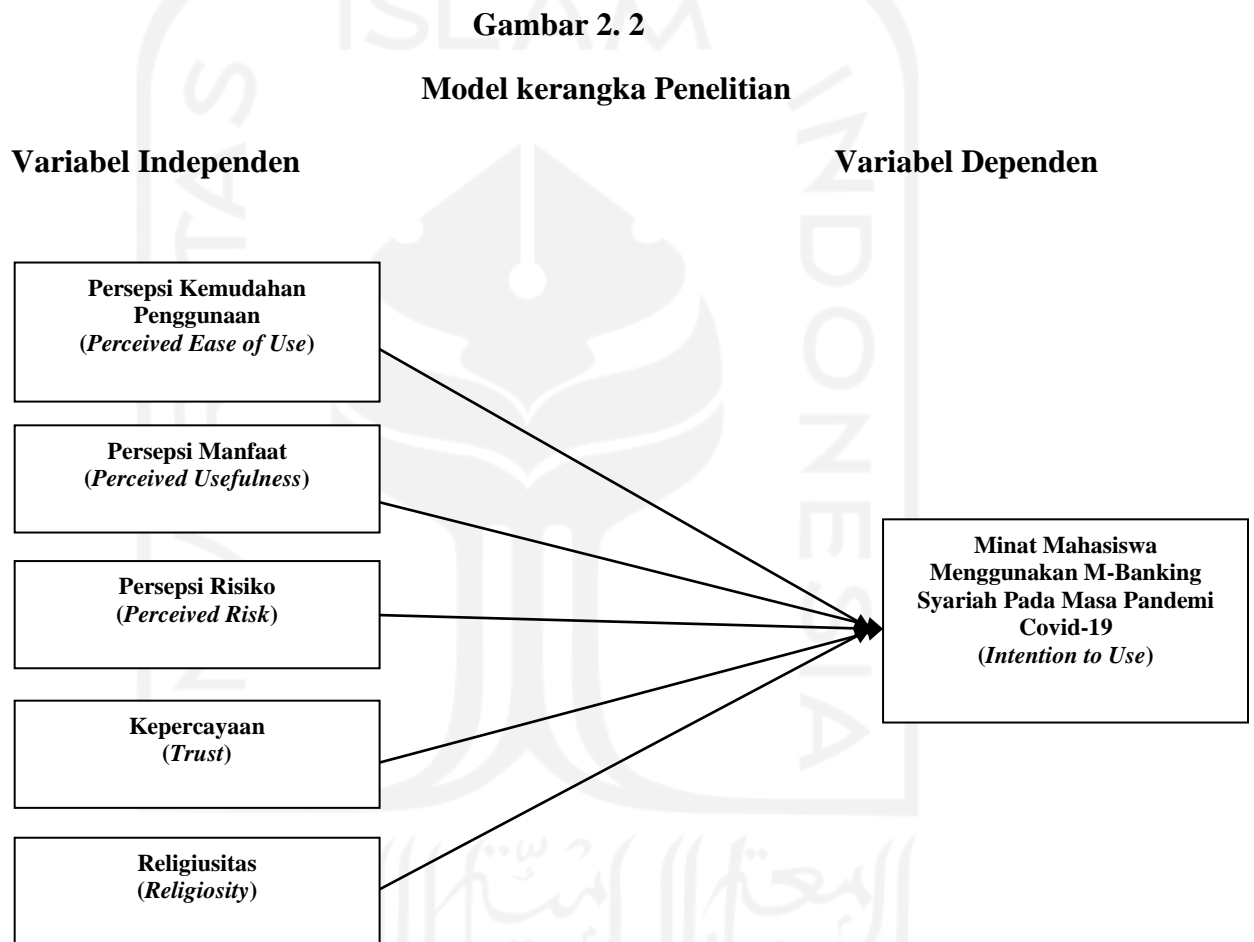
Penelitian Suhartanto et al., (2019) dengan judul *Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model*. Sampel pada penelitian ini 300 nasabah mobile banking bank syariah dari Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas secara signifikan memengaruhi persepsi penggunaan M-Banking. Berdasarkan uraian tersebut dan penelitian terdahulu maka penile merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Religiusitas (Religiosity) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

2.5 KERANGKA PENELITIAN

Model penelitian ini mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), persepsi manfaat (*Perceived usefulness*), persepsi risiko (*Perceived risk*), kepercayaan (*Trust*) dan religiusitas (*Religiosity*) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah. Berdasarkan pemikiran di atas, terdapat 5 variabel independen yang akan memengaruhi variabel dependen yaitu minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19

(*Intention to Use*). Sehingga peneliti memutuskan untuk membuat model kerangka penelitian sebagai berikut :



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dapat disimpulkan bahwa populasi bukan hanya jumlah pada obyek atau subyek melainkan juga meliputi karakteristik yang ada pada obyek atau subyek tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i S1 di D.I. Yogyakarta. Pemilihan populasi tersebut digunakan untuk mengetahui minat mahasiswa/i di Yogyakarta terhadap M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan dipelajari serta karakteristik dari populasi tersebut. Sugiyono (2019) menyebutkan apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi baik karena dana ataupun tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Proses pengambilan sampel yang digunakan untuk mewakili populasi pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah 200 sampel dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah penulis tentukan. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan yaitu :

1. Mahasiswa/i S1 di D.I Yogyakarta
2. Berkuliah di Universitas berbasis Islam

3.2 JENIS DAN SUMBER DATA

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan survey melalui kuesioner *online*. Kuisisioner *online* akan disebarakan kepada mahasiswa/i S1 dengan Universitas berbasis Islam di D.I Yogyakarta.

3.3 PILOT TEST

Pilot test adalah uji percobaan yang dilakukan sebelum melakukan penelitian untuk mengetahui kelayakan dari kuesioner penelitian. Selain itu, tujuan dilakukannya *pilot test* agar kuesioner pada penelitian lebih efektif, handal serta meminimalisir adanya *error* yang akan terjadi. *Pilot test* juga dapat digunakan untuk melihat kesalahan penulisan pada kuesioner sebelum kuesioner disebarakan. Untuk itu penulis melakukan *pilot test* agar kuesioner lebih handal lagi. Sampel yang diambil pada pilot test ini yaitu 10 responden dengan kriteria responden yang sama pada lembaran kuesioner.

3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data dalam penelitian menggunakan survey melalui kuisisioner *online*. Kuisisioner *online* digunakan dengan mempertimbangkan keadaan yang sedang terjadi yaitu pandemi Covid-19 dan mempertimbangkan efisiensi waktu. Kuisisioner *online* akan di sebarakan kepada responden yaitu mahasiswa/i S1 dengan Universitas berbasis Islam di D.I. Yogyakarta. Penyebaran kuesioner melalui media sosial seperti Line, WhatsApp dan Instagram dalam bentuk *google form*. Kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi data diri responden dan akan dijaga kerahasiaannya. Bagian kedua berisi item pertanyaan yang akan digunakan dalam mengukur variabel variabel penelitian dengan menggunakan skala *likert*.

3.5 PENGUKURAN VARIABEL

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*), Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*), Persepsi Risiko (*Perceived risk*), Kepercayaan (*Trust*) dan Religiusitas (*Religiosity*) sebagai variabel independen serta Minat untuk Menggunakan (*Intention to Use*) sebagai variabel dependen. Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun kelompok dalam memberikan penilaian . Adapun katagori jawaban yang digunakan dalam skala *likert* yaitu :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Agak Tidak Setuju
- 4 = Agak Setuju
- 5 = Setuju
- 6 = Sangat Setuju

3.6 VARIABEL DEPENDEN

Variabel dependen yang digunakan adalah minat Mahasiswa Terhadap Penggunaan Layanan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 (*Intention to Use*). Menurut Iriani (2018) minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut disertai dengan perasaan senang. Item pertanyaan memodifikasi penelitian dari Iriani (2018) dan Rithmaya (2016)

Tabel 3. 1

Tabel Pertanyaan Minat Penggunaan (*Intention to Use*)

KODE	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SUMBER REFERENSI
ItU1	Perasaan tertarik	Saya tertarik untuk menggunakan layanan M-Banking Syariah terlebih pada saat Covid-19.	

ItU2	Motif penggunaan	Saya mendapat dukungan dari orang sekitar untuk menggunakan layanan M-Banking Syariah.	Iriani (2018) dan Rithmaya (2016)
ItU3	Perasaan senang	Saya senang menggunakan layanan M-Banking Syariah terlebih pada saat Covid-19.	
ItU4	Kesesuaian penggunaan dengan kebutuhan	Saya merasa layanan M-Banking Syariah sesuai dengan kebutuhan saya.	

3.7 VARIABEL INDEPENDEN

3.7.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Menurut Gardner dan Amoroso (2004) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah tingkatan kepercayaan individu bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik dan dan mental. Persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi khususnya m-banking syariah menunjukkan keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tersebut mudah dan tidak perlu menggunakan usaha yang keras untuk menggunakannya (Fitrianisa et al., 2020). Item pertanyaan ini memodifikasi penelitian dari Riza dan Hafizi (2019)

Tabel 3. 2

Tabel Pertanyaan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived ease of use*)

KODE	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SUMBER REFERENSI
PEoU1	Pengoprasian Aplikasi M-Banking syariah	Aplikasi M-Banking Syariah mudah untuk di oprasikan.	Riza dan Hafizi (2019)
PEoU2	Kemudahan dalam kegiatan perbankan	Aplikasi M-Banking Syariah memudahkan kegiatan perbankan saya terlebih pada saat pandemi Covid-19.	
PEoU3	Penggunaan Aplikasi fleksibel	Aplikasi M-Banking Syariah dapat diakses kapan dan dimana saja.	
PEoU4	Pemahaman dalam penggunaan	Aplikasi M-Banking Syariah mudah dipahami.	
PEoU5	Menghemat waktu dan biaya	Aplikasi M-banking Syariah dapat menghemat waktu dan biaya.	

3.7.2 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Menurut Davis (1989) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) yang dirasakan di sini didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya. Manfaat yang dirasakan dalam M-Banking syariah adalah pengguna dapat melakukan transaksi perbankan kapan dan dimana saja dengan menggunakan smartphone . Item pertanyaan ini memodifikasi penelitian dari Riza dan Hafizi (2019)

Tabel 3. 3

Tabel Pertanyaan Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

KODE	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SUMBER REFERENSI
PU1	Intensitas penggunaan	Intensitas pemanfaatan M-Banking Syariah saya meningkat pada saat pandemi Covid-19.	Riza dan Hafizi (2019)
PU2	Berguna dalam kegiatan transaksi	Saya merasa M-Banking Syariah berguna dalam kegiatan transaksi saya terlebih pada saat pandemi Covid-19.	
PU3	Meningkatkan efektivitas	Penggunaan M-Banking Syariah dapat meningkatkan efektifitas kegiatan saya.	

PU4	Menambah pengetahuan	Saya merasa saat menggunakan layanan M-Banking Syariah menambah pengetahuan ketika melakukan transaksi .	
-----	----------------------	--	--

3.7.3 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Risiko merupakan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukannya atau tidak. Menurut Soelistya dan Agustina (2017) Risiko (risk) transaksi merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya (virtual) karena jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan teller/customer service dan banyak hal yang dipertimbangkan nasabah bank dalam transaksi melalui internet banking. Item pertanyaan ini memodifikasi penelitian dari Kholid (2019) dan Rithmaya (2016)

Tabel 3. 4

Table Pertanyaan Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

KODE	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SUMBER REFERENSI
PR1	Risiko	Menurut saya layanan M-Banking Syariah tidak memiliki risiko yang tinggi.	

PR2	Keragu-raguan terhadap kinerja layanan	Saya tidak meragukan kinerja layanan M-Banking Syariah.	Kholid (2019) dan Rithmaya (2016)
PR3	Memiliki keamanan tinggi	Menurut saya transaksi melalui M-Banking Syariah memiliki keamanan yang tinggi.	
PR4	Jaminan kebutuhan nasabah	Layanan M-Banking Syariah dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi	

3.7.4 Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai dengan yang diharapkan (Nurdin et al., 2020). Fitriana et al., (2020) juga menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting ketika seseorang melakukan transaksi menggunakan sistem teknologi m-banking. Item pertanyaan ini memodifikasi penelitian dari Maulana et al., (2019)

Tabel 3. 5

Tabel Pertanyaan Kepercayaan (*Trust*)

KODE	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SUMBER REFERENSI
T1	M-banking dapat dipercaya	Menurut saya aplikasi M-Banking Syariah aman untuk digunakan terlebih pada saat pandemi Covid-19.	Maulana et al., (2019)
T2	M-banking menepati janjinya	Menurut saya bank dapat merahasiakan data informasi nasabah.	
T3	M-banking selalu memperhatikan kepentingan nasabah	Bank selalu memberikan solusi jika terjadinya masalah dalam menggunakan layanan M-Banking Syariah.	
T4	Saya percaya pada teknologi yang digunakan M-banking	Saya percaya dengan kemampuan ketersediaan sistem teknologi M-Banking Syariah dengan baik.	

3.7.5 Religiusitas (Religiosity)

Religiusitas pada dasarnya merupakan perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah semata (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018). Menurut Suhartanto et al., (2019) religiusitas adalah keyakinan dan komitmen pribadi seseorang untuk menaati aturan Tuhan. Oleh karena itu, karena religiusitas bersifat individual, komitmen pribadi terhadap aturan Tuhan ini tidak hanya memengaruhi cara mereka hidup dan hidup berdampingan dengan orang lain, tetapi juga memengaruhi perilaku mereka sehari-hari, seperti pilihan dan konsumsi produk dan layanan. Item pertanyaan ini memodifikasi penelitian dari Suhartanto et al., (2019)

Tabel 3. 6

Tabel Pertanyaan Religiusitas (Religiosity)

KODE	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	SUMBER REFERENSI
R1	Percaya hanya satu Tuhan, Allah	Saya mempercayai dan meyakini keesaan Allah SWT.	Suhartanto et al., (2019)
R2	Jangan pernah melewati sholat wajib	Saya tidak pernah melewati sholat wajib.	
R3	Baca Al-Quran secara teratur	Saya selalu berusaha meluangkan waktu untuk membaca Al-Quran secara	

		teratur.	
R4	Punya pengetahuan tentang agama saya	Saya merasa memiliki pengetahuan yang cukup tentang agama saya dan cara beribadahnya.	
R5	Memiliki perasaan takut akan dosa	Saya selalu memiliki perasaan takut akan dosa.	

3.8 FORMULASI HIPOTESIS

Formulasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_{01} \leq 0$ Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

$H_{a1} > 0$ Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

$H_{02} \leq 0$ Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

$H_{a2} > 0$ Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

$H_{03} \leq 0$ Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

$H_{a3} > 0$ Persepsi Risiko (*Perceived Risk*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.

$H_{04} \leq 0$ Kepercayaan (*Trust*) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

$H_{a4} > 0$ Kepercayaan (*Trust*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

$H_{05} \leq 0$ Religiusitas (*Religiosity*) Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

$H_{a5} > 0$ Religiusitas (*Religiosity*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

3.9 METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ada beberapa model analisis yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik yang ada dari data penelitian. Tujuan dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui informasi serta gambaran dari data yang diperoleh dan tidak bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, selanjutnya melakukan analisis terkait dengan gambaran atau deskripsi dari responden. Dalam analisis ini yang dimaksud dengan analisis deskriptif yaitu menganalisis mengenai gambaran atau deskripsi dari respon yang terdiri jenis kelamin, usia dan universitas.

3.9.2 Uji Kualitas Data

3.9.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner penelitian. Validitas penelitian akan menunjukkan ketepatan alat ukur pada penelitian terhadap isi sebenarnya yang akan diukur. Menurut Nurdin et al., (2020) uji validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner penelitian dapat dilakukan analisis

korelasi yaitu dengan cara mengkorelasikan masing – masing skor per item dari pertanyaan dengan skor total. Variabel – variabel yang akan diukur pada penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) dan minat untuk menggunakan (ItU) dengan membandingkan nilai dari r_{hitung} dengan r_{tabel} . Instrument penelitian dapat dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Akan tetapi jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka instrument pada penelitian dinyatakan tidak valid.

3.9.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel. Uji reliabilitas digunakan pada item pertanyaan yang dinyatakan sudah valid. Fungsi dilakukannya uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi dari suatu kuesioner penelitian sehingga kuesioner tersebut dapat diandalkan dalam mengukur variabel pada penelitian. Dalam penelitian reliabilitas merupakan derajat kesesuaian antara subyek tes dan pengukuran tes dengan pengukuran yang sama dan berulang. Kuesioner akan dinyatakan reliabel jika jawaban tersebut konsisten dari waktu ke waktu, maksudnya jika pengukuran dilakukan berulang maka hasil yang diperoleh tetap menunjukkan hasil yang sama atau konsisten. Akan tetapi jika hasil yang diperoleh tidak sama dan telah dilakukan pengujian secara berulang maka kuesioner dapat dikatakan tidak reliabel. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach Alpha* (α) suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ (Nurdin et al., 2020).

3.9.3 Asumsi Klasik

3.9.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen. Artinya multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel independen berkorelasi dengan satu atau lebih variabel independen lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Jika terdapat korelasi antara variabel independen maka disebut dengan problem multikolinearitas. Multikolinearitas salah satunya dapat dilihat dengan cara menganalisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Menurut Fian dan Yuniati, (2016) suatu model regresi menunjukkan adanya Multikolinearitas jika:

1. Tingkat korelasi $> 95\%$.
2. Nilai Tolerance $< 0,10$.
3. Nilai VIF > 10

3.9.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya pada model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terdapat heteroskedastisitas, artinya variance dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya itu tetap atau disebut dengan homoskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas yang peneliti gunakan yaitu dengan melakukan uji menggunakan

grafik *Scatterplot*. Jika titik - titik yang ada pada grafik plot tidak membentuk pola dan menyebar, serta titik - titik berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Akan tetapi jika titik - titik yang ada pada grafik plot membentuk pola dan tidak menyebar, serta titik - titik tidak berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.10 PENGUJIAN HIPOTESIS

3.10.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Analisis regresi berganda adalah regresi satu variabel dan variabel independen yang lebih dari satu dimana untuk mengetahui variabel dependen berdasarkan beberapa variabel independen pada persamaan linier. Persamaan regresi berganda pada penelitian ini antara lain :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Y = Minat Penggunaan (ItU)

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Persepsi Kemudahan Penggunaan

b₂ = Koefisien regresi Persepsi Manfaat

b3 = Koefisien regresi Persepsi Risiko

b4 = Koefisien regresi Kepercayaan

b5 = Koefisien regresi Religiusitas

X1 = Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)

X2 = Persepsi Manfaat (PU)

X3 = Persepsi Risiko (PR)

X4 = Kepercayaan (T)

X5 = Religiusitas (R)

e = *Error terms*

3.10.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui persentase variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen. Jika R^2 semakin besar maka persentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen akan semakin tinggi. Akan tetapi jika R^2 semakin kecil maka persentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen akan semakin rendah. Koefisien determinasi pada penelitian ini

3.10.3 Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya variabel independen secara parsial (terpisah) dengan variabel dependen. Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) terhadap minat untuk menggunakan (ItU) secara terpisah maupun bersama – sama, maka digunakan uji t. Adapun kriteria dalam pengujian uji t yaitu, sebagai berikut dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,005 :

1. Jika signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan apabila H_a diterima maka terdapat pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan apabila H_a ditolak maka terdapat pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 PILOT TEST

Pilot test merupakan studi kelayakan atau biasa disebut dengan uji coba yang ada dalam instrument pertanyaan pada kuesioner penelitian. *Pilot test* dilakukan untuk melihat kemungkinan kegagalan yang akan terjadi pada kuesioner yang sesungguhnya. Keuntungan yang diperoleh jika melakukan *pilot test* yaitu kuesioner akan lebih handal dan jika terdapat kesalahan penulisan atau kalimat yang kurang dimengerti oleh responden masih bisa diperbaiki. Maka dari itu pada penelitian ini dilakukan *pilot test* terlebih dahulu kepada beberapa orang responden yang sesuai dengan kriteria. Berikut tabel data dari hasil pelaksanaan *pilot test* yang telah dilakukan :

Tabel 4. 1

Profil Responden *Pilot Test*

Jenis Responden	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa	10	100 %
Jumlah	10	100 %

Kuesioner	Jumlah Responden	Persentase
Kuesioner Kembali	10	100 %
Jumlah	10	100 %
Usia	Jumlah Responden	Persentase
21-30 tahun	10	100 %
Jumlah	10	100 %

Sumber : Data Kuesioner Penelitian *Pilot Test* 2021

Berdasarkan data pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa dari jenis responden yaitu mahasiswa sebanyak 10 orang. Kuesioner kembali sebanyak 10 atau sebesar 100% dan rentan usia responden 21-30 tahun sebanyak 10 orang. Tabel selanjutnya akan menjelaskan mengenai kritik dan saran serta perbaikan pada *pilot test* yang telah responden berikan.

Tabel 4. 2

Hasil Evaluasi Responden *Pilot Test*

No.	Kode Responden	Kritik dan Saran	Alasan dan Perbaikan
1.	Responden 1	Penggunaan kata masih ada yang typo	Kata – kata yang masih <i>typo</i> telah diganti sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).
2.	Responden 2	Tampilan yang kurang menarik	Tampilan telah diganti dengan gambar dan warna yang lebih menarik.
3.	Responden 3	Masih ada typo	Kata – kata yang masih <i>typo</i> telah diganti sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).
4.	Responden 4	Ada beberapa item pertanyaan yang sulit untuk dimengerti	Item pertanyaan yang masih sulit dimengerti telah diganti dengan

			kalimat yang lebih mudah untuk dipahami responden.
5.	Responden 5	Saran untuk pertanyaannya dibuat per indikator	Item pertanyaan telah dibuat sesuai dengan indikatornya.
6.	Responden 6	M-banking yg b ny huruf kecil diganti besar.	Huruf b pada M-Banking Syariah yang masih kecil. telah diganti dengan huruf besar.
7.	Responden 7	-	-
8.	Responden 8	-	-
9.	Responden 9	-	-
10.	Responden 10	-	-

Sumber : Data Kuesioner Penelitian *Pilot Test* 2021

4.2 HASIL PENGUMPULAN DATA

Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa/i yang menempuh pendidikan di Universitas berbasis Islam di wilayah D.I. Yogyakarta. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dimana data tersebut diperoleh langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner online melalui *google form*. Berikut tabel ringkasan hasil pengumpulan data pada penelitian :

Tabel 4. 3
Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang diterima	206	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	6	3%
Kuesioner yang memenuhi syarat	200	97%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Dalam penelitian yang telah dilakukan total kuesioner yang diterima sebanyak 206 buah (100%). Namun terdapat 6 buah (3%) kuesioner yang tidak memenuhi syarat karena responden tersebut tidak menempuh pendidikan di Universitas berbasis Islam di D.I. Yogyakarta. Maka data yang dapat diolah pada penelitian ini sebanyak 200 responden (97%).

4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	140	70%
Laki-laki	60	30%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang diperoleh sebanyak 200 responden dengan 140 (70%) responden berjenis kelamin perempuan dan 60 (30%) berjenis kelamin laki – laki. Berdasarkan penelitian ini responden dengan jenis kelamin perempuan lebih unggul daripada responden dengan jenis kelamin laki – laki.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 20 tahun	68	34%
21-30 tahun	132	66%
31-40 tahun	0	0%
≥ 41 tahun	0	0%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 4.5, hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden berusia antara 21- 30 tahun lebih dominan yaitu sebanyak 132 orang (66%), selanjutnya responden dengan usia kurang dari 20 tahun sebanyak 68 orang (34%), dan tidak terdapat responden dengan usia antara 31- 40 tahun (0%) serta responden dengan usia lebih dari 41 tahun (0%).

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas

Tabel 4. 6

Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas

Asal Universitas	Frekuensi	Persentase
UII	120	60%
UMY	34	17%
UIN	18	9%
UAD	20	10%
UNISA	8	4%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan asal universitas dapat dilihat pada tabel 4.6, responden terbanyak yaitu berasal dari UII dengan 120 orang (60%), diikuti dengan UMY sebanyak 34 orang (17%), UAD sebanyak 20 orang (10%), UIN sebanyak 18 orang (9%) dan UNISA sebanyak 8 orang (4%).

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Sedang Menggunakan M-Banking Syariah

Tabel 4. 7

Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah atau Sedang Menggunakan M-Banking Syariah

Pernah atau sedang menggunakan M-Banking Syariah	Frekuensi	Persentase
Ya	108	54%
Tidak	92	46%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilihat dari tabel 4.7, terdapat 108 orang (54%) yang pernah atau sedang menggunakan M-Banking Syariah dan terdapat 92 orang (46%) yang tidak atau belum menggunakan M-Banking Syariah.

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan

Tabel 4. 8

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan

Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan	Frekuensi	Persentase
Bank Syariah Indonesia	11	8.7 %

Bank Syariah Mandiri	33	26 %
Bank Muamalat Indonesia	3	2.3 %
Bank BRI Syariah	20	15.8 %
Bank BNI Syariah	60	47.2 %
Bank Syariah Bukopin	0	0
Lainnya	0	0
Jumlah	127	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 4.8, karakteristik responden dilihat dari jenis M-Banking Syariah yang digunakan Bank BNI syariah lebih banyak digunakan yaitu sebanyak 60 aplikasi (47%), disusul dengan Bank Syariah Mandiri sebanyak 33 aplikasi (26%), kemudian Bank BRI Syariah sebanyak 20 aplikasi (15.9%), Bank Syariah Indonesia sebanyak 11 aplikasi (8.7%), Bank Muamalat Indonesia sebanyak 3 aplikasi (2.5%), dan Bank Syariah Bukopin sebanyak 0 aplikasi (0%) lainnya sebanyak 0 aplikasi (0%).

4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Untuk Menggunakan M-Banking Syariah

Tabel 4. 9
Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Untuk Menggunakan
M-Banking Syariah

Ketertarikan Untuk Menggunakan M-Banking Syariah	Frekuensi	Persentase
Ya	174	87%
Tidak	26	13%
Jumlah	200	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian 2021

Berdasarkan data yang telah diperoleh dilihat dari ketertarikan responden untuk menggunakan M-Banking Syariah terdapat 174 orang (87%) yang tertarik untuk menggunakan M-banking Syariah dan terdapat 26 orang (13%) yang tidak tertarik untuk menggunakan M-Banking Syariah. Maka dalam penelitian ini bahwa mahasiswa di D.I. Yogyakarta lebih banyak yang tertarik untuk menggunakan M-Banking Syariah.

4.4 ANALISIS DESKRIPTIF

Dalam penelitian ini pengukuran variabel menggunakan statistik deskriptif dengan jumlah 200 responden, masing – masing variabel tersebut yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, religiusitas dan minat penggunaan.

Tabel 4. 10
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)	200	17	30	25.99	3.673
Persepsi Manfaat (PU)	200	11	24	19.92	3.258
Persepsi Risiko (PR)	200	11	24	19.30	3.270
Kepercayaan (T)	200	12	24	20.56	2.958
Religiusitas (R)	200	19	30	26.43	2.877
Minat Untuk Menggunakan (ItU)	200	12	24	20.57	2.993

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 4.10 diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)

Variabel persepsi kemudahan penggunaan dilihat dari hasil analisis deskriptif memiliki nilai minimum 17 dan nilai maksimum 30. Nilai rata – rata (mean) variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 25.99 dan standar deviasi 3.673.

2. Persepsi Manfaat (PU)

Variabel persepsi manfaat dilihat dari hasil analisis deskriptif memiliki nilai minimum 11 dan nilai maksimum 24. Nilai rata – rata (mean) variabel persepsi manfaat sebesar 19.92 dan standar deviasi 3.258.

3. Persepsi Risiko (PR)

Variabel persepsi risiko dilihat dari hasil analisis deskriptif memiliki nilai minimum 11 dan nilai 24. Nilai rata – rata (mean) variabel persepsi risiko sebesar 19.30 dan standar deviasi 3.270.

4. Kepercayaan (T)

Variabel kepercayaan dilihat dari hasil analisis deskriptif memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 24. Nilai rata – rata (mean) variabel kepercayaan sebesar 20.56 dan standar deviasi 2.958.

5. Religiusitas (R)

Variabel Religiusitas dilihat dari hasil analisis deskriptif memiliki nilai minimum 19 dan nilai maksimum 30. Nilai rata – rata (mean) variabel religiusitas sebesar 26.43 dan standar deviasi 2.877.

6. Minat Untuk Menggunakan (ItU)

Variabel minat penggunaan dilihat dari hasil analisis deskriptif memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum 24. Nilai rata – rata (mean) variabel minat penggunaan sebesar 20.57 dan standar deviasi 2.993.

4.5 UJI KUALITAS DATA

4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya variabel yang ingin diukur. Pengujian tersebut dilakukan dengan membandingkan nilai dari R_{hitung} dengan R_{tabel} . Jika nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} maka dapat dinyatakan variabel tersebut valid dan apabila nilai R_{hitung} lebih kecil dari R_{tabel} maka dinyatakan tidak valid.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 200 responden, diperoleh nilai $(df) = N-2$ yang artinya $(df) = 200 - 2$ dengan nilai $\alpha = 5\%$, maka nilai $(df) = 198$ dilihat dari R_{tabel} adalah 0.1388.

Tabel 4. 11
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)	PEoU1	0.805	0.1388	Valid
	PEoU2	0.870	0.1388	Valid
	PEoU3	0.846	0.1388	Valid
	PEoU4	0.821	0.1388	Valid
	PEoU5	0.785	0.1388	Valid

Persepsi Manfaat (PU)	PU1	0.830	0.1388	Valid
	PU2	0.807	0.1388	Valid
	PU3	0.877	0.1388	Valid
	PU4	0.829	0.1388	Valid
Persepsi Risiko (PR)	PR1	0.868	0.1388	Valid
	PR2	0.880	0.1388	Valid
	PR3	0.892	0.1388	Valid
	PR4	0.824	0.1388	Valid
Kepercayaan (T)	T1	0.866	0.1388	Valid
	T2	0.819	0.1388	Valid
	T3	0.846	0.1388	Valid
	T4	0.873	0.1388	Valid
Religiusitas (R)	R1	0.469	0.1388	Valid
	R2	0.789	0.1388	Valid
	R3	0.824	0.1388	Valid
	R4	0.700	0.1388	Valid
	R5	0.604	0.1388	Valid
Minat Untuk Menggunakan (ItU)	ItU1	0.875	0.1388	Valid
	ItU2	0.819	0.1388	Valid
	ItU3	0.912	0.1388	Valid
	ItU4	0.901	0.1388	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen dari variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) dan minat untuk menggunakan (ItU) dapat dipercaya atau tidak. Metode pada uji reabilitas ini menggunakan rumus koefisien *Cronbach's alpha*. Hasil dari suatu pengukuran tersebut dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* > 0.6.

Tabel 4. 12
Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)	5 item	0.883	Reliabel
Persepsi Manfaat (PU)	4 item	0.851	Reliabel
Persepsi Risiko (PR)	4 item	0.888	Reliabel
Kepercayaan (T)	4 item	0.873	Reliabel
Religiusitas	5 item	0.718	Reliabel

(R)			
Minat Untuk Menggunakan (ItU)	4 item	0.896	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.12 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) dan minat untuk menggunakan (ItU) dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini karena nilai dari *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6.

4.6 UJI ASUMSI KLASIK

4.6.1 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Dalam pengujian ini menggunakan nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*, jika nilai dari *tolerance* lebih dari 0.10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 4. 13
Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)	0.445	2.250
Persepsi Manfaat (PU)	0.472	2.119
Persepsi Risiko (PR)	0.365	2.740
Kepercayaan (T)	0.349	2.866
Religiusitas (R)	0.746	1.340

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil dari uji multikolinieritas pada tabel 4.14 dapat kita lihat bahwa pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU) diperoleh nilai tolerance yaitu sebesar 0.447 dimana nilai tersebut lebih dari 0.10. Diperoleh pula nilai VIF yaitu sebesar 2.250 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan nilai yang diperoleh dari data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU) tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Hasil pengujian multikolinieritas terhadap variabel persepsi manfaat (PU) diperoleh nilai tolerance yaitu sebesar 0.472 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.10. Diperoleh pula nilai VIF yaitu sebesar 2.119 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan nilai yang diperoleh dari data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (PU) tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Hasil pengujian multikolinieritas terhadap variabel persepsi risiko (PR) diperoleh nilai tolerance sebesar 0.365 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.10. Diperoleh pula nilai VIF yaitu sebesar 2.740 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan nilai yang diperoleh dari data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko (PR) tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Hasil pengujian multikolinieritas terhadap variabel kepercayaan (T) diperoleh nilai tolerance sebesar 0.349 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.10. Diperoleh pula nilai VIF yaitu sebesar 2.866 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan nilai yang diperoleh dari data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (T) tidak terdapat gejala multikolinieritas.

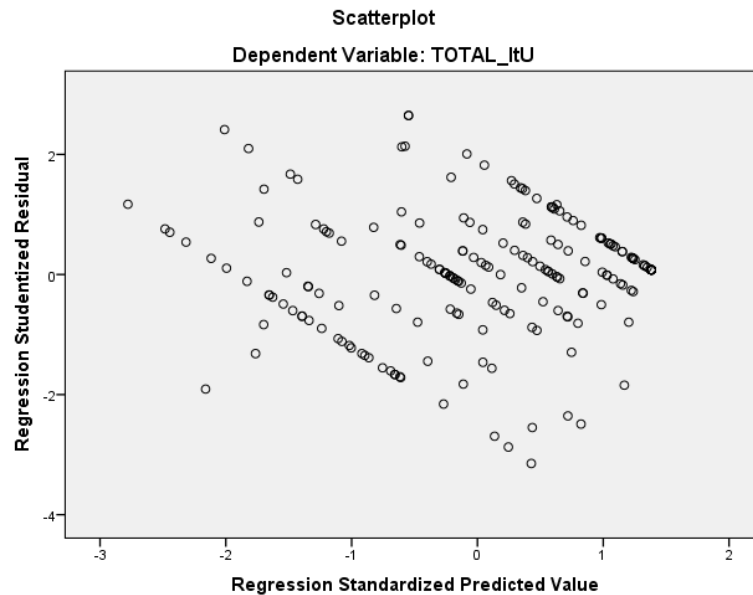
Hasil pengujian multikolinieritas terhadap variabel persepsi religiusitas (R) diperoleh nilai tolerance sebesar 0.746 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.10. Diperoleh pula nilai VIF yaitu sebesar 1.340 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan nilai yang diperoleh dari data penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi religiusitas (R) tidak terdapat gejala multikolinieritas.

4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot*, jika titik - titik yang ada pada grafik plot tidak membentuk pola tertentu serta jika titik – titik pada grafik plot tersebut menyebar diatas dan dibawah ataupun disekitas angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Akan tetapi jika titik – titik pada grafik plot membentuk pola yang teratur seperti bergelombang ataupun melebar kemudian menyempit maka dapat dikatakan adanya gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4. 1

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa titik – titik tersebut berada diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y serta titik – titik tersebut tidak membentuk suatu pola yang teratur sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4.7 HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

4.7.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) terhadap variabel dependen yaitu minat untuk menggunakan (ItU). Pengujian regresi berganda pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Statistics 22. Berikut hasil dari analisis regresi berganda pada tabel 4.15 :

Tabel 4. 14
Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B			
(Constant)	0.960	0.725	0.469	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)	0.243	4.570	0.000	Hipotesis didukung
Persepsi Manfaat (PU)	0.173	2.979	0.003	Hipotesis didukung

Persepsi Risiko (PR)	0.024	0.360	0.719	Hipotesis tidak didukung
Kepercayaan (T)	0.357	4.802	0.000	Hipotesis didukung
Religiusitas (R)	0.078	1.484	0.139	Hipotesis tidak didukung

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y = 0.960 + 0.243X1 + 0.173X2 + 0.024X3 + 0.357X4 + 0.078X5$$

Dari hasil persamaan linier diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) pada hasil uji regresi berganda diatas sebesar 0.960 yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) sama dengan nol (0), sehingga besarnya minat untuk menggunakan (ItU) sebesar 0.960.
2. Berdasarkan variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU) pada hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien sebesar 0.243 yang berarti persepsi kemudahan penggunaan (PEoU) meningkat sebesar satu satuan, maka minat untuk menggunakan (ItU) akan meningkat yaitu sebesar 0.243 satu satuan dengan

asumsi bahwa nilai koefisien variabel independen lain dalam keadaan konstan atau nol (0).

3. Berdasarkan variabel persepsi manfaat (PU) pada hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien sebesar 0.173 yang berarti persepsi persepsi manfaat (PU) meningkat sebesar satu satuan, maka minat untuk menggunakan (ItU) akan meningkat yaitu sebesar 0.173 satu satuan dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel independen lain dalam keadaan konstan atau nol (0).
4. Berdasarkan variabel Persepsi Risiko (PR) pada hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien sebesar 0.024 yang berarti Persepsi Risiko (PR) meningkat sebesar satu satuan, maka minat untuk menggunakan (ItU) akan meningkat yaitu sebesar 0.024 satu satuan dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel independen lain dalam keadaan konstan atau nol (0).
5. Berdasarkan variabel Kepercayaan (T) pada hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien sebesar 0.357 yang berarti Kepercayaan (T) meningkat sebesar satu satuan, maka minat untuk menggunakan (ItU) akan meningkat yaitu sebesar 0.357 satu satuan dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel independen lain dalam keadaan konstan atau nol (0).
6. Berdasarkan variabel Religiusitas (R) pada hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien sebesar 0.078 yang berarti Religiusitas (R) meningkat sebesar satu satuan, maka minat untuk menggunakan (ItU) akan meningkat yaitu sebesar 0.078

satu satuan dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel independen lain dalam keadaan konstan atau nol (0).

4.7.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan dari model regresi dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin besar R² maka persentase variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen akan semakin tinggi. Akan tetapi jika besar R² semakin kecil maka persentase variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen akan semakin rendah. Hasil dari pengujian koefisien determinasi (R²) pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) terhadap minat untuk menggunakan (ItU) dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini :

Tabel 4. 15

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.796 ^a	0.634	0.625	1.834

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi tersebut maka dapat diketahui nilai dari *Adjusted R Square* sebesar 0.625 yang artinya variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) dapat menjelaskan variabel dependen yaitu minat untuk menggunakan (ItU) melalui model sebesar 62.5% dan sisanya 37.5% tidak dijelaskan pada penelitian ini melainkan dijelaskan oleh variabel lainnya.

4.7.3 Uji T

Uji t merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) secara individu memengaruhi variabel dependen yaitu minat untuk menggunakan (ItU). Hipotesis akan diuji dengan nilai $\alpha = 0.05$, apabila T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi variabel independen secara individu memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi jika nilai T_{hitung} lebih kecil dari T_{tabel} maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel independen secara individu tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 maka diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $4.570 > 1.97227$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_{a1} diterima diartikan variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEoU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

2. Variabel Persepsi manfaat (PU)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 maka diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $2.979 > 1.97227$ dan nilai signifikan sebesar $0.003 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_{a1} diterima diartikan variabel persepsi manfaat (PU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

3. Variabel Persepsi Risiko (PR)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 maka diperoleh nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu sebesar $0.360 < 1.97227$ dan nilai signifikan sebesar $0.719 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_{a1} ditolak diartikan variabel persepsi risiko (PR) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

4. Variabel Kepercayaan (T)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 maka diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $4.802 > 1.97227$ dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_{a1} diterima diartikan variabel kepercayaan (T) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

5. Variabel Religiusitas (R)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.15 maka diperoleh nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu sebesar $1.484 < 1.97227$ dan nilai signifikan sebesar $0.139 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_{a1} ditolak diartikan variabel religiusitas (R) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19.

4.8 PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEoU), persepsi manfaat (PU), persepsi risiko (PR), kepercayaan (T), religiusitas (R) terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi covid-19.

1. **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*) Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19**

Atas hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian yang bernilai positif sebesar 0.243 yang artinya persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif, nilai T_{hitung} pada penelitian juga lebih besar dari T_{tabel} sebesar 4.570 dengan tingkat

signifikansi 0.05 yaitu 1.97227 ($4.570 > 1.97227$) dan dilihat pula dari nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0.000 ($0.000 < 0.05$). Untuk itu dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19, sehingga hipotesis 1 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 **diterima atau (Hipotesis 1 didukung)**.

Maka dapat disebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor yang dapat memengaruhi minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Adanya kemudahan penggunaan pada saat menggunakan M-Banking Syariah dapat mendukung penggunanya untuk melakukan transaksi dengan mudah sehingga dapat membantu penggunanya pula. Ketika para penggunanya merasa terbantu akan kemudahan yang dirasakan pada saat menggunakan M-Banking Syariah maka dapat menarik minat dari pengguna untuk menggunakannya terlebih pada masa pandemi Covid-19. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pandemi Covid-19, sejalan dengan pernyataan Habibi dan Zaky (2015) pada penelitiannya sebelum adanya pandemi Covid-19 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat penggunaan Mobile Banking Syariah.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

Atas hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa variabel persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian sebesar 0.173 yang artinya persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif, nilai T_{hitung} pada penelitian juga lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2.979 dengan tingkat signifikansi 0.05 yaitu $1.97227 (2.979 > 1.97227)$ dan dilihat pula dari nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikan yaitu $0.003 (0.003 < 0.05)$. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19, sehingga hipotesis 2 yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 **diterima atau (Hipotesis 2 didukung)**.

Manfaat merupakan tingkatan ketika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat memberikan benefit yang baik. Semakin banyak manfaat yang dirasakan pada saat menggunakan sistem tersebut maka akan semakin

tertarik pula minat seseorang untuk menggunakannya. Hal tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dapat menjadi faktor yang mendorong minat seseorang untuk menggunakan M-Banking Syariah terlebih pada saat pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan saat pandemi Covid-19 pun juga sejalan dengan pernyataan Thaker et al., (2019) sebelum adanya pandemi Covid-19 yang menyebutkan bahwa *perceived usefulness* terbukti signifikan mempengaruhi minat pelanggan terhadap layanan perbankan seluler Islami.

3. Pengaruh Persepsi Risiko (*perceived risk*) Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

Atas hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa variabel persepsi risiko (*perceived risk*) tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian yang bernilai positif sebesar 0.045, nilai T_{hitung} pada penelitian juga lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 0.360 dengan tingkat signifikansi 0.05 yaitu $0.360 < 1.97227$ dan dilihat pula dari nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikan yaitu $0.719 > 0.05$. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko (*perceived risk*) tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19, sehingga hipotesis 3 yang menyatakan bahwa persepsi risiko (*perceived risk*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan

M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 **ditolak atau (Hipotesis 3 tidak didukung).**

Semakin besar risiko yang kita ambil semakin tinggi pula konsekuensinya. Begitu pula pada saat menggunakan M-Banking Syariah, nasabah harus siap dengan semua risiko yang akan terjadi pada saat menggunakannya. Risiko adalah keadaan ketidakpastian yang bisa saja menimbulkan kerugian, terlebih M-Banking Syariah merupakan layanan yang menggunakan sistem yang bisa saja terjadinya kecurangan ataupun kerugian. Dilihat pula dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa faktor persepsi risiko (*perceived risk*) tidak berpengaruh untuk menarik minat seseorang untuk menggunakan M-Banking Syariah pada Masa Pandemi Covid-19. Hal tersebut tidak sejalan dengan pernyataan Thaker et al., (2019) sebelum adanya pandemi Covi-19 yang menyatakan bahwa persepsi risiko terbukti signifikan memengaruhi minat nasabah dalam mengadopsi layanan Mobile Banking.

4. Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

Atas hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian sebesar 0.357

yang artinya kepercayaan (trust) berpengaruh positif, nilai T_{hitung} pada penelitian juga lebih besar dari T_{tabel} sebesar 4.802 dengan tingkat signifikansi 0.05 yaitu 1.97227 ($4.802 > 1.97227$) dan dilihat pula dari nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikan yaitu 0.000 ($0.000 < 0.05$). Untuk itu dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (trust) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19, sehingga hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kepercayaan (trust) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 **diterima atau (Hipotesis 4 didukung).**

Pada dasarnya kepercayaan akan timbul jika suatu pihak tertentu dapat memberikan hal yang baik pada pihak lainnya. Kepercayaan adalah keyakinan pihak satu ke pihak lainnya atas dasar percaya bahwa pihak yang dipercaya dapat memberikan sesuai dengan apa yang telah diharapkan. Jika pihak dari layanan M-Banking dapat memenuhi harapan yang dibangun oleh customer maka seseorang pun akan tertarik untuk menggunakannya. Hasil pada penelitian menunjukkan juga bahwa kepercayaan (trust) dapat menjadi faktor yang dapat mendorong seseorang untuk menggunakan M-Banking Syariah, hal tersebut sejalan dengan pernyataan Fitriana et al., (2020) bahwa bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan M-Banking.

5. Pengaruh Religiusitas (*relegiosity*) Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19

Atas hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa variabel religiusitas (relegiosity) tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian yang bernilai positif sebesar 0.078, nilai T_{hitung} pada penelitian juga lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 1.484 dengan tingkat signifikansi 0.05 yaitu 1.97227 ($1.484 < 1.97227$) dan dilihat pula dari nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikan yaitu 0.139 ($0.139 > 0.05$). Untuk itu dapat disimpulkan bahwa religiusitas (relegiosity) tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19, sehingga hipotesis 5 yang menyatakan bahwa religiusitas (religiosity) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19 **ditolak atau (Hipotesis 5 tidak didukung)**.

Masyarakat Indonesia terkhusus mahasiswa/i di D.I Yogyakarta pada umumnya masih kurang memperhatikan mengenai hal religiusitas pada penggunaan M-Banking. Hal tersebut bisa saja terjadi karena fitur – fitur yang religius yang ada pada M-Banking Syariah masih dapat diakses pada web dan aplikasi lain. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pandemi Covid-19 dapat dikatakan bahwa faktor religiusitas (relegiosity) tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa/i untuk menggunakan M-Banking Syariah pada masa Pandemi Covid-19. Dapat dikatakan pula bahwa hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan pernyataan Suhartanto et al., (2019) yang dilakukan sebelum pandemi Covid-19 dimana dalam penelitiannya

menyatakan bahwa religiusitas secara signifikan mempengaruhi persepsi penggunaan M-Banking.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka kesimpulan yang pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa faktor persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Dari hasil penelitian tersebut juga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada saat pandemi Covid-19 sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan sebelum adanya pandemi Covid-19.
2. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa faktor persepsi risiko (*perceived risk*) dan religiusitas (*relegiosity*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan M-Banking Syariah pada masa pandemi Covid-19. Dari hasil penelitian tersebut juga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada saat pandemi Covid-19 tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan sebelum adanya pandemi Covid-19.

5.2 IMPLIKASI PENELITIAN

Implikasi atas hasil penelitian yang telah dilakukan adalah fakto - faktor persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan kepercayaan (*trust*) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan M-Banking Syariah terlebih saat pandemi Covid-19 harus ditingkatkan serta tetap dipertahankan karena faktor tersebut dapat menarik minat seseorang untuk menggunakan M-Banking Syariah. Selain itu terdapat pula faktor – faktor lainnya yaitu persepsi risiko (*perceived risk*) dan religiusitas (*relegiosity*) yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan M-Banking Syariah terlebih saat pandemi Covid-19, hal tersebut dapat disebabkan karena kurangnya keamanan akan risiko yang terjadi saat menggunakan M-Banking Syariah dan hal lain yang dapat terjadi adanya perbandingan fitur yang ada pada M-Banking Syariah dengan M-Banking lainnya. Untuk itu faktor – faktor yang yang tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan M-Banking Syariah diharapkan kedepannya dapat ditingkatkan dan diperbaiki lagi sehingga dapat menarik minat seseorang untuk menggunakan M-Banking Syariah.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan diperoleh melalui data primer yaitu kuesioner *online* tidak dilakukan secara langsung, sehingga ada kemungkinan bahwa

kuesioner tidak dijawab dengan sungguh – sungguh dan jujur oleh responden. Sikap tidak sungguh –sungguh dan jujur saat menjawab kuesioner dapat menimbulkan terjadinya bias atau tidak menggambarkan hal yang sebenarnya.

5.4 SARAN

Berdasarkan keterbatasan – keterbatasan serta kesimpulan yang ada pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian yang akan datang, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian yang akan datang diharapkan untuk melakukan penelitian tidak hanya dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner online tetapi juga melakukan pengumpulan data dengan cara yang lebih baik lagi agar dapat memperoleh hasil yang lebih baik dan menggambarkan hal yang sebenarnya.
2. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah tidak hanya pada responden dari wilayah D.I. Yogyakarta melainkan dari wilayah lain juga dan responden yang digunakan tidak hanya mahasiswa/i yang sedang berkuliah di universitas berbasis Islam saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Kassim, S. H., & Dahari, Z. (2013). Factors Influence Switching Behavior of Islamic Bank Customers in Malaysia. *Journal of Islamic Finance*, 2(1), 12–19. <https://doi.org/10.12816/0001113>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Junai+Al+Fian%2C+Pengaruh+Kepuasan+dan+Kepercayaan+Pelanggan+Terhadap+Loyalitas+Pelanggan+Auto+2000+Sungkono+Surabaya%2C+Jurnal+Ilmu+dan+Riset+Manajemen%2C+Vol.+5%2C+No.+6%2C+2016%2C+h.+4&btnG=
- Fitrianisa, Rozza, S., & Masjono, A. (2020). Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 7(1), 1259–1268. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1708775>
- Gardner, C., & Amoroso, D. L. (2004). Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers. *Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences*, 37(C), 1–10. <https://doi.org/10.1109/hicss.2004.1265623>
- Habibi, M., & Zaky, A. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile

- Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1–16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1567>
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55–67. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Ichsan, N. (2016). Akad Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 50(2), 399–423. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14421/asy-syir'ah.2016.502-05>
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1487097>
- Kholid, M. N. (2019). Determinants of intention to use Islamic mobile banking: Evidence from millennial generation. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 5(2), 53–62. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol5.iss2.art2>
- Maimory, A. A. N. (2018). Sejarah Lahirnya Bank Syariah Serta Praktek di Dunia Perbankan. *Journal Pahlawan*, 1(2), 15–21. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jp/article/view/559/473>
- Maulana, C. Z., Suryana, Y., Kartini, D., & Febrian, E. (2019). Influencing Factors on the Actual Usage of Mobile Phone Banking in the Shari'ah Banks: A Survey in Palembang City, Indonesia. *Journal of the Japan Welding Society*, 7(1), 1–19. <https://doi.org/10.2207/jjws.88.366>
- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Amin, M. F. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Allah Pitchay, A. Bin. (2019). What keeps Islamic mobile banking customers loyal? *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 525–542.

<https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2017-0090>

- Mujaddid, F., & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar Sekolah Menengah Kejuruan prodi perbankan Syariah dalam menabung di bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14–37. <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei>
- Ningsih, M. R., & Mahfudz, M. S. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: Analisis Komparatif. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.576>
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Putri, Y. H., & Syathiri, A. (2016). Pengaruh Persepsi dan Minat Terhadap Keberadaan Baitul Mal Wattamwil (BMT) di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, 14(3), 395–406. <https://doi.org/https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i3.3993>
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Danking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137–150. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150)
- Rahmawati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(6), 1118–1127. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127>

- Ramadhan, R., & Herianingrum, S. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(6), 478–492. <https://doi.org/10.20473/vol4iss20176pp478-492>
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160–177. <https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>
- Riza, A. F., & Hafizi, R. (2019). Customers attitude toward Islamic mobile banking in Indonesia: Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol1.iss2.art1>
- Sari, F. K., Safitri, N., & Anggraini, W. (2019). Trust on Sharia M-Banking : Evidance on Milenials Generations. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1), 29–41. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/games/article/viewFile/1143/642>
- Soelistya, D., & Agustina, H. A. (2017). Analisis Teknologi Informasi Mobile Banking Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah (Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya). *Accounting and Management Journal*, 1(2), 89–100. <https://doi.org/10.33086/amj.v1i2.77>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2019). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>

- Sumadi. (2020). Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 145–162. <http://www.jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JHES/article/view/8761>
- Syafrida, & Hartati, R. (2020). Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(6), 495–508. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i6.15325>
- Thaker, M. A. B. M. T., Pitchay, A. B. A., Thaker, H. B. M. T., & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48–62. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>

Peraturan Perundang - Undangan

- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Undang - Undang Nomor 6 Tahun 2008 Tentang Karantina Kesehatan.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan CoronaVirus Disease 2019 (COVID-19).
- Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Peraturan Pemerintah Pengganti Undang - Undang (Perpu) Nomor 1 Tahun 2020.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Gugus Percepatan Penanganan Covid-19.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 11/POJK.03/2020 Tentang Stimulasi Perekonomian Nasional Sebagai Countercyclical Dampak Penyebaran Covid-19.

Maklumat Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor : Mak/2/III/2020 Tentang Kepatuhan Terhadap Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Penyebaran Covid-19.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 18 Tahun 2020 Tentang Pedoman Pengurusan Jenazah (Tajhiz Al - Jana'iz) Musilim Yang Terinfeksi Covid-19.

Siaran Pers OJK SP 26/DHMS/OJK/IV/2020 Tentang Siaran Pers Operasional Industri Jasa Keuangan Dalam Masa Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Di Berbagai Daerah.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Femmy Novitasari mahasiswi tingkat akhir Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir skripsi.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan yaitu :

1. Mahasiswa/i S1 di D.I. Yogyakarta
2. Berkuliah di Universitas berbasis Islam

Saya berharap atas kesediaan Saudara/i untuk dapat menjadi responden saya dengan mengisi kuisisioner ini. Identitas serta jawaban yang telah diberikan kepada saya akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan disalahgunakan.

Demikian permohonan saya ini, atas bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner, saya ucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum Wr. Wb.

Peneliti,

Femmy Novitasari

DEFINISI

M-Banking Syariah adalah layanan yang di desain khusus untuk nasabah bank syariah agar dapat melakukan kegiatan perbankan dan transaksi lainnya dengan efektif dan efisiensi karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan smartphone serta dapat di akses selama 24 jam.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (boleh inisial) :
2. Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan
3. Usia :
 ≤ 20 tahun
 21-30 tahun
 31-40 tahun
 ≥ 41 tahun
4. Universitas :
 UII UMY
 UIN UAD

UNISA Lainnya

5. Nomor HP :

6. Apakah anda pernah atau sedang menggunakan M-Banking Syariah ?

Ya Tidak

7. Jika pernah, M-Banking Syariah apa yang digunakan ? (bisa pilih lebih dari satu)

Bank Syariah Indonesia

Bank Muamalat Indonesia

Bank Syariah Mandiri

Bank BRI Syariah

Bank BNI Syariah

Bank Syariah Bukopin

lainnya

8. Apakah anda tertarik untuk menggunakan M-Banking Syariah ?

Ya Tidak

Petunjuk Pengisian Kuisioner :

Dalam setiap item pertanyaan Saudara/i cukup memberikan satu jawaban yang sesuai dengan memberi tanda centang (√) pada kolom jawaban.

- 1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Agak Setuju
2 = Tidak Setuju 5 = Setuju
3 = Agak Tidak Setuju 6 = Sangat Setuju

Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived ease of use</i>)							
NO.	ITEM PERTANYAAN	1	2	3	4	5	6
1.	Aplikasi M-Banking Syariah mudah untuk dioperasikan.						
2.	Aplikasi M-Banking Syariah memudahkan kegiatan perbankan saya terlebih pada saat pandemi Covid-19.						
3.	Aplikasi M-Banking Syariah dapat diakses kapan dan dimana saja.						
4.	Aplikasi M-Banking Syariah mudah dipahami.						
5.	Aplikasi M-banking Syariah dapat menghemat waktu dan biaya.						

Persepsi Manfaat (<i>Perceived usefulness</i>)							
NO.	ITEM PERTANYAAN	1	2	3	4	5	6
1.	Intensitas pemanfaatan M-Banking Syariah saya meningkat pada saat pandemi Covid-19.						
2.	Saya merasa M-Banking Syariah berguna dalam kegiatan transaksi saya terlebih pada saat pandemic Covid-19.						
3.	Penggunaan M-Banking Syariah dapat meningkatkan efektifitas kegiatan saya.						
4.	Saya merasa saat menggunakan layanan M-Banking Syariah menambah pengetahuan ketika melakukan transaksi .						

Persepsi Risiko (<i>Perceived risk</i>)							
NO	ITEM PERTANYAAN	1	2	3	4	5	6
1.	Menurut saya layanan M-Banking Syariah tidak memiliki risiko yang tinggi.						
2.	Saya tidak meragukan kinerja layanan M-Banking Syariah.						
3.	Menurut saya transaksi melalui M-Banking Syariah memiliki keamanan yang tinggi.						
4.	Layanan M-Banking Syariah dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi.						

Kepercayaan (Trust)							
NO	ITEM PERTANYAAN	1	2	3	4	5	6
1.	Menurut saya aplikasi M-Banking Syariah aman untuk digunakan terlebih pada saat pandemi Covid-19.						
2.	Menurut saya bank dapat merahasiakan data informasi nasabah.						
3.	Bank selalu memberikan solusi jika terjadinya masalah dalam menggunakan layanan M-Banking Syariah.						
4.	Saya percaya dengan kemampuan ketersediaan sistem teknologi M-Banking Syariah dengan baik.						

Religiusitas (Religiosity)							
NO	ITEM PERTANYAAN	1	2	3	4	5	6
1.	Saya mempercayai dan menyakini keesaan Allah SWT.						
2.	Saya tidak pernah melewatkan shalat wajib.						
3.	Saya selalu berusaha meluangkan waktu untuk membaca Al-Quran secara teratur.						
4.	Saya merasa memiliki pengetahuan yang cukup tentang agama saya dan cara beribadahnya.						
5.	Saya selalu memiliki perasaan takut akan dosa.						

Minat untuk Menggunakan (<i>Intention to Use</i>)							
NO	ITEM PERTANYAAN	1	2	3	4	5	6
1.	Saya tertarik untuk menggunakan layanan M-Banking Syariah terlebih pada saat Covid-19.						
2.	Saya mendapat dukungan dari orang sekitar untuk menggunakan layanan M-Banking Syariah.						
3.	Saya senang menggunakan layanan M-Banking Syariah terlebih pada saat Covid-19.						
4.	Saya merasa layanan M-Banking Syariah sesuai dengan kebutuhan saya.						

LAMPIRAN 2

Tabulasi Data

NO	Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)					Total PEoU	Persepsi Manfaat (PU)				Total PU
	PEoU1	PEoU2	PEoU3	PEoU4	PEoU5		PU1	PU2	PU3	PU4	
1	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
2	5	5	5	5	6	26	4	5	6	5	20
3	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
4	6	6	6	6	6	30	1	6	6	6	19
5	5	6	6	5	6	28	5	6	6	6	23
6	6	6	6	6	6	30	6	4	5	5	20
7	4	4	6	5	4	23	6	6	6	6	24
8	5	6	6	6	5	28	6	6	6	6	24
9	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
11	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	17
12	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
13	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
14	6	5	6	5	6	28	4	6	5	5	20
15	5	6	6	5	6	28	5	6	6	5	22
16	5	5	5	5	6	26	4	5	6	5	20
17	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	18
19	5	6	6	5	6	28	4	5	5	4	18

20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
21	5	5	6	5	5	26	5	6	5	5	21
22	6	6	6	6	6	30	6	6	5	6	23
23	5	6	5	5	5	26	6	5	5	5	21
24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
25	3	4	3	3	6	19	5	5	5	5	20
26	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
27	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	18
28	6	6	6	5	5	28	6	5	5	3	19
29	6	6	6	6	6	30	4	4	4	4	16
30	6	6	6	5	5	28	5	6	6	4	21
31	5	5	6	5	6	27	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	6	26	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
34	6	6	5	5	6	28	5	5	5	5	20
35	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
36	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16
37	6	6	5	5	6	28	6	5	6	6	23
38	6	5	6	6	6	29	6	5	6	6	23
39	6	6	6	6	5	29	6	6	5	5	22
40	6	6	6	5	5	28	5	5	5	5	20
41	6	6	6	6	6	30	5	5	6	5	21
42	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23
43	5	6	5	5	5	26	4	4	4	5	17
44	5	6	6	6	6	29	6	6	6	6	24
45	6	6	6	6	6	30	6	6	5	5	22
46	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
47	4	4	5	4	4	21	5	6	5	5	21
48	6	6	6	5	6	29	4	5	4	5	18
49	5	6	6	5	6	28	6	6	6	6	24
50	5	4	5	5	6	25	4	4	5	4	17
51	5	5	5	5	5	25	4	6	5	5	20
52	5	6	5	5	5	26	4	4	4	5	17
53	5	6	6	6	5	28	6	6	6	5	23
54	6	5	5	4	5	25	6	6	6	6	24
55	5	5	5	3	5	23	4	4	4	4	16
56	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
57	4	4	4	4	5	21	3	5	4	3	15
58	5	6	6	6	6	29	5	5	5	5	20
59	5	4	4	5	4	22	3	4	4	5	16
60	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
61	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
62	3	4	5	4	4	20	5	5	5	5	20
63	3	5	5	5	3	21	4	4	4	4	16
64	6	5	5	5	6	27	6	6	6	6	24
65	6	5	6	6	6	29	6	6	6	6	24
66	6	6	6	6	5	29	6	5	5	5	21
67	6	6	6	6	6	30	6	6	4	4	20
68	6	6	6	6	6	30	6	6	6	5	23

69	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
70	5	5	6	4	4	24	5	4	4	5	18
71	4	3	3	4	3	17	3	3	3	3	12
72	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
73	5	6	5	5	5	26	5	5	5	5	20
74	4	5	4	4	4	21	5	5	4	5	19
75	5	6	5	4	5	25	5	5	5	4	19
76	4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	19
77	6	6	6	6	6	30	4	5	5	4	18
78	6	6	6	6	6	30	4	6	5	3	18
79	5	6	6	5	6	28	6	6	6	4	22
80	6	5	1	4	3	19	4	4	4	4	16
81	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
82	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	18
83	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
84	5	5	6	5	5	26	5	5	5	5	20
85	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19
86	4	4	5	5	6	24	5	6	6	6	23
87	6	6	6	6	3	27	6	6	6	6	24
88	6	6	6	6	5	29	5	5	4	4	18
89	5	5	6	4	6	26	6	5	5	5	21
90	5	6	6	6	4	27	6	6	5	4	21
91	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
92	6	5	6	6	6	29	5	5	6	4	20
93	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
94	5	6	6	4	6	27	5	5	5	3	18
95	5	4	6	4	5	24	3	4	4	4	15
96	5	5	5	5	4	24	6	6	5	5	22
97	5	6	6	6	6	29	6	6	5	6	23
98	4	6	5	5	5	25	5	5	5	4	19
99	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20
100	5	5	5	5	6	26	4	4	6	4	18
101	5	6	6	5	6	28	6	6	4	6	22
102	5	6	6	5	5	27	5	5	5	5	20
103	5	4	5	6	5	25	4	4	4	4	16
104	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	13
105	4	4	5	5	3	21	3	3	4	4	14
106	4	4	4	3	3	18	5	5	5	4	19
107	6	6	6	6	5	29	4	5	5	5	19
108	6	4	4	4	4	22	4	5	4	5	18
109	4	3	5	5	3	20	4	4	4	4	16
110	5	6	6	4	6	27	6	6	6	5	23
111	4	6	6	6	6	28	4	6	6	3	19
112	4	6	5	6	6	27	5	5	5	6	21
113	3	4	4	4	3	18	3	3	3	4	13
114	3	5	5	4	5	22	5	5	5	4	19
115	6	6	6	4	6	28	4	5	6	5	20
116	5	3	3	3	5	19	3	4	4	3	14
117	5	6	6	5	6	28	5	6	6	5	22

118	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
119	3	6	6	6	6	27	6	6	6	6	24
120	5	5	6	6	6	28	1	6	5	3	15
121	6	5	6	6	6	29	2	6	3	2	13
122	6	6	6	6	6	30	5	6	5	6	22
123	6	6	6	6	6	30	3	6	3	6	18
124	4	4	6	4	6	24	6	6	5	4	21
125	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
126	4	5	5	4	5	23	5	6	6	6	23
127	5	5	5	5	6	26	4	5	4	3	16
128	4	4	5	5	5	23	3	4	2	2	11
129	6	5	5	4	6	26	6	5	5	4	20
130	6	6	6	6	6	30	6	6	6	4	22
131	6	5	5	5	5	26	5	5	5	5	20
132	6	6	6	6	6	30	5	5	6	4	20
133	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	16
134	5	5	5	4	4	23	6	4	5	5	20
135	5	5	5	6	6	27	6	5	5	6	22
136	5	6	6	5	6	28	6	6	6	6	24
137	5	5	6	6	4	26	6	6	6	5	23
138	6	5	6	6	3	26	4	5	4	4	17
139	6	6	5	6	5	28	5	6	5	4	20
140	4	2	2	6	4	18	4	4	4	4	16
141	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
142	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
143	6	6	5	6	5	28	6	6	6	5	23
144	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
145	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	15
146	4	5	6	4	5	24	5	5	4	5	19
147	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
148	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
149	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
150	3	3	3	4	5	18	6	4	5	5	20
151	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
152	5	5	6	6	5	27	4	4	4	4	16
153	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
154	5	6	6	4	5	26	4	6	4	4	18
155	5	4	4	4	4	21	5	4	5	4	18
156	6	6	6	6	6	30	1	6	6	6	19
157	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
158	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	12
159	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	17
160	5	4	5	4	4	22	3	4	4	4	15
161	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	14
162	3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	13
163	5	6	6	5	4	26	4	5	4	5	18
164	3	4	4	4	5	20	5	5	5	5	20
165	5	6	6	6	5	28	4	5	5	5	19
166	4	5	6	5	5	25	6	5	4	5	20

167	6	5	6	5	6	28	6	5	6	4	21
168	3	4	4	4	5	20	5	5	5	5	20
169	6	6	6	5	6	29	5	6	5	5	21
170	5	6	6	6	5	28	4	6	5	5	20
171	6	6	6	6	6	30	5	5	6	6	22
172	6	6	6	6	6	30	5	6	6	6	23
173	6	6	6	5	5	28	6	6	4	4	20
174	5	5	6	5	5	26	3	5	5	5	18
175	3	4	5	5	5	22	5	3	5	5	18
176	5	4	5	5	5	24	6	6	5	4	21
177	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
178	6	6	5	6	6	29	6	6	6	6	24
179	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
180	4	5	4	4	4	21	2	4	3	3	12
181	6	5	4	5	4	24	5	4	4	5	18
182	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
183	5	5	5	6	6	27	6	6	6	5	23
184	5	6	5	5	5	26	4	5	5	5	19
185	3	5	5	4	5	22	3	3	3	3	12
186	3	4	4	5	5	21	3	4	4	4	15
187	6	6	6	6	5	29	6	6	6	6	24
188	4	5	6	5	6	26	4	6	5	6	21
189	6	6	6	6	6	30	6	6	5	4	21
190	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	20
191	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
192	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
193	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	17
194	6	6	5	6	6	29	6	6	6	6	24
195	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
196	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	18
197	6	5	6	6	6	29	3	6	3	3	15
198	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
199	5	5	5	5	5	25	5	6	5	5	21
200	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

No	Persepsi Risiko (PR)				Total PR	Kepercayaan (T)				Total T
	PR1	PR2	PR3	PR4		T1	T2	T3	T4	
1	6	6	6	6	24	5	6	6	6	23
2	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
3	4	4	5	4	17	6	6	5	5	22
4	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
5	4	4	5	5	18	5	4	6	5	20
6	4	3	5	5	17	5	3	6	6	20
7	5	5	5	5	20	5	6	5	5	21
8	4	5	6	5	20	5	5	5	5	20
9	6	6	5	5	22	6	5	6	6	23
10	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16

11	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
12	4	4	4	6	18	6	6	6	6	24
13	5	5	6	6	22	6	6	6	6	24
14	5	6	5	6	22	6	5	5	6	22
15	5	5	5	5	20	6	4	6	6	22
16	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
17	6	6	6	6	24	6	6	5	6	23
18	5	5	5	5	20	6	5	5	5	21
19	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18
20	4	4	5	4	17	6	6	5	5	22
21	4	5	5	6	20	6	6	6	6	24
22	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
23	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
24	6	6	6	6	24	5	6	6	6	23
25	5	5	5	4	19	6	4	5	6	21
26	5	5	6	6	22	6	6	6	6	24
27	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
28	4	5	5	5	19	5	5	5	6	21
29	3	6	4	6	19	6	6	3	6	21
30	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
31	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20	5	6	5	5	21
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
34	6	5	6	5	22	6	5	6	6	23
35	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
36	4	3	4	4	15	4	6	4	4	18
37	6	6	5	6	23	6	6	6	6	24
38	6	6	5	5	22	6	6	5	5	22
39	6	5	6	6	23	5	5	5	6	21
40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
41	6	6	5	6	23	6	5	6	6	23
42	6	5	6	6	23	6	5	6	6	23
43	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
44	6	6	6	6	24	6	6	5	5	22
45	6	6	6	5	23	6	6	5	6	23
46	6	6	6	5	23	5	5	6	6	22
47	5	5	5	4	19	4	5	3	5	17
48	4	6	6	6	22	6	6	6	6	24
49	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
51	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20	6	4	5	6	21
54	6	5	6	4	21	6	6	5	4	21
55	4	5	4	4	17	5	5	6	5	21
56	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
57	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
58	5	5	5	6	21	5	6	6	6	23
59	4	5	4	4	17	4	4	6	5	19

60	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
61	3	4	4	5	16	5	4	5	5	19
62	5	4	5	6	20	5	6	6	5	22
63	3	3	3	5	14	4	5	4	3	16
64	5	6	6	5	22	6	6	6	6	24
65	6	6	5	6	23	6	6	6	6	24
66	6	6	6	5	23	6	6	5	5	22
67	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
68	5	5	5	5	20	6	6	5	5	22
69	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
70	4	6	5	4	19	5	5	4	4	18
71	5	5	5	5	20	4	6	4	4	18
72	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
73	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19
74	5	4	5	5	19	6	5	4	5	20
75	4	5	5	5	19	5	6	5	5	21
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
77	3	4	4	4	15	4	6	6	6	22
78	4	5	5	6	20	6	5	6	4	21
79	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
80	5	3	3	4	15	4	5	5	5	19
81	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
82	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17
83	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
84	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
85	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
86	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19
87	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
88	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
89	6	6	5	5	22	6	6	6	6	24
90	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
91	4	4	5	5	18	6	6	6	6	24
92	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
93	5	6	6	6	23	6	6	6	5	23
94	4	4	5	5	18	5	4	4	6	19
95	5	5	5	4	19	4	6	4	4	18
96	5	5	4	3	17	5	6	5	5	21
97	4	5	5	6	20	5	6	6	5	22
98	4	5	4	4	17	5	6	5	4	20
99	3	3	4	4	14	5	4	4	5	18
100	5	6	6	5	22	5	5	4	6	20
101	5	5	5	5	20	6	6	6	6	24
102	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
103	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14
104	4	5	5	5	19	4	3	4	4	15
105	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12
106	4	4	4	5	17	6	5	5	5	21
107	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
108	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17

109	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
110	6	3	6	4	19	6	6	4	5	21
111	5	6	6	6	23	6	5	5	6	22
112	4	5	5	5	19	6	6	6	6	24
113	4	4	3	3	14	5	5	4	5	19
114	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
115	3	4	3	5	15	5	5	5	4	19
116	3	3	3	4	13	4	5	4	5	18
117	5	5	5	5	20	6	4	4	5	19
118	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
119	3	3	4	6	16	6	4	6	6	22
120	4	6	5	6	21	6	5	6	6	23
121	4	6	6	6	22	6	6	6	6	24
122	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
123	5	5	5	5	20	5	6	6	6	23
124	4	4	5	5	18	6	6	5	6	23
125	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
126	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
127	5	5	5	5	20	5	5	6	5	21
128	4	5	5	3	17	5	5	5	4	19
129	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
130	4	4	5	6	19	4	6	6	5	21
131	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
132	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
133	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
134	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
135	5	6	5	5	21	6	6	6	5	23
136	4	5	5	5	19	6	6	6	5	23
137	5	6	6	6	23	6	5	5	6	22
138	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
139	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
140	4	5	5	3	17	3	6	6	6	21
141	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
142	5	5	5	6	21	6	6	6	6	24
143	5	6	5	5	21	5	6	5	5	21
144	5	5	5	6	21	6	6	5	5	22
145	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
146	4	4	5	5	18	5	6	5	5	21
147	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
148	5	5	5	5	20	6	6	6	6	24
149	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
150	5	4	3	5	17	3	4	3	4	14
151	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
152	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
153	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
154	3	4	4	5	16	5	4	5	4	18
155	5	4	5	5	19	4	5	5	4	18
156	1	3	5	2	11	6	6	6	6	24
157	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

158	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
159	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
160	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
161	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12
162	3	3	2	4	12	4	3	2	5	14
163	5	4	6	6	21	5	6	6	6	23
164	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
165	4	5	4	5	18	6	6	5	5	22
166	5	5	5	4	19	6	6	6	6	24
167	6	6	6	6	24	6	6	5	5	22
168	3	4	2	4	13	4	4	4	4	16
169	3	4	3	5	15	4	4	5	5	18
170	6	5	6	5	22	6	6	4	6	22
171	4	5	5	5	19	6	5	5	6	22
172	2	6	5	5	18	6	6	6	6	24
173	4	4	4	3	15	4	4	4	5	17
174	4	5	5	6	20	5	6	6	6	23
175	4	5	4	4	17	5	3	5	4	17
176	5	5	4	5	19	5	5	5	6	21
177	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
178	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
179	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
180	3	3	3	3	12	3	6	5	5	19
181	4	4	4	5	17	4	6	4	3	17
182	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
183	6	6	5	5	22	6	6	6	6	24
184	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
185	3	3	4	4	14	4	4	3	3	14
186	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
187	6	5	6	6	23	6	6	6	6	24
188	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
189	5	6	6	6	23	6	6	6	6	24
190	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
191	4	5	6	4	19	6	6	6	6	24
192	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
193	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
194	6	6	6	6	24	6	6	3	6	21
195	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
196	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
197	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
198	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
199	5	5	5	5	20	5	6	6	6	23
200	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

NO	Religiusitas (R)					Total R	Minat untuk menggunakan (ItU)				Total ItU
	R1	R2	R3	R4	R5		ItU1	ItU2	ItU3	ItU4	
1	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
2	6	5	5	5	6	27	6	6	6	6	24
3	6	6	6	4	6	28	6	6	6	6	24
4	6	4	4	4	6	24	6	6	6	6	24
5	6	5	6	5	6	28	6	6	5	6	23
6	6	6	4	6	6	28	6	6	6	6	24
7	6	6	6	5	6	29	5	5	5	5	20
8	6	6	6	6	6	30	5	5	6	6	22
9	6	4	4	3	6	23	6	6	6	6	24
10	6	5	5	5	5	26	4	4	4	4	16
11	5	3	3	4	6	21	5	5	5	5	20
12	5	4	4	4	6	23	6	6	6	6	24
13	6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	24
14	6	5	4	5	6	26	5	6	5	6	22
15	6	5	4	5	6	26	6	5	6	5	22
16	6	5	5	5	6	27	6	6	6	6	24
17	6	6	6	4	6	28	5	5	5	5	20
18	6	5	5	5	6	27	5	4	5	5	19
19	6	2	4	4	6	22	5	3	5	5	18
20	6	6	6	4	6	28	6	6	6	6	24
21	6	6	6	6	6	30	5	5	6	5	21
22	6	4	4	5	6	25	6	6	6	5	23
23	6	5	6	5	6	28	5	4	5	4	18
24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
25	6	4	4	4	5	23	4	4	4	4	16
26	6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	24
27	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	17
28	6	3	4	4	6	23	6	5	5	5	21
29	6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	24
30	6	6	5	5	6	28	6	4	5	5	20
31	6	5	4	5	5	25	4	4	4	4	16
32	6	5	6	3	6	26	6	5	5	5	21
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
34	6	6	6	6	6	30	4	4	5	5	18
35	6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	24
36	6	5	6	6	6	29	5	5	3	3	16
37	5	6	6	6	5	28	6	6	6	5	23
38	6	5	6	6	6	29	6	6	6	5	23
39	5	5	6	6	6	28	6	6	6	6	24
40	5	5	5	5	6	26	5	5	5	5	20
41	6	6	5	6	6	29	6	6	6	6	24
42	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24

43	6	4	5	5	6	26	5	5	5	5	20
44	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
45	6	6	6	6	6	30	6	6	5	6	23
46	6	5	6	6	6	29	6	6	6	6	24
47	6	5	3	5	4	23	5	4	4	3	16
48	6	6	6	4	6	28	6	6	6	6	24
49	6	5	3	4	4	22	6	5	5	5	21
50	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
51	6	5	5	3	5	24	5	5	5	5	20
52	6	4	5	5	6	26	5	5	5	5	20
53	6	6	6	5	6	29	5	6	6	6	23
54	6	6	5	6	6	29	6	6	5	5	22
55	6	6	6	5	6	29	5	5	5	5	20
56	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
57	6	5	4	4	6	25	4	4	4	4	16
58	6	5	5	5	6	27	5	5	6	5	21
59	6	6	6	5	6	29	5	3	4	4	16
60	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20
61	6	6	6	5	6	29	6	3	6	6	21
62	5	4	5	6	4	24	5	5	5	6	21
63	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	18
64	6	6	6	5	5	28	6	5	6	6	23
65	6	6	5	6	6	29	6	5	6	6	23
66	6	5	6	6	6	29	6	5	6	6	23
67	6	5	5	6	6	28	6	5	6	6	23
68	6	6	4	4	6	26	5	5	6	6	22
69	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
70	6	6	5	6	6	29	5	5	4	4	18
71	6	4	4	2	6	22	5	5	5	5	20
72	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
73	6	6	5	4	5	26	5	5	5	5	20
74	6	6	6	4	6	28	4	4	4	4	16
75	5	4	4	4	6	23	5	5	5	4	19
76	6	5	5	4	6	26	4	4	5	4	17
77	6	6	4	4	6	26	4	4	4	4	16
78	6	6	5	4	6	27	6	5	6	6	23
79	6	6	6	5	6	29	6	6	6	6	24
80	6	5	5	4	6	26	5	5	5	4	19
81	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
82	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	17
83	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
84	6	5	3	6	5	25	6	5	5	5	21
85	6	5	5	5	6	27	4	4	4	4	16
86	6	6	6	6	6	30	5	5	6	6	22

87	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
88	6	6	4	4	6	26	6	6	6	6	24
89	6	5	5	5	6	27	6	5	6	6	23
90	6	5	5	4	4	24	5	6	5	5	21
91	6	4	4	4	4	22	6	6	6	6	24
92	6	6	3	4	5	24	5	3	4	4	16
93	6	6	6	6	6	30	6	5	6	6	23
94	6	4	3	4	6	23	5	4	4	4	17
95	6	6	6	4	6	28	4	4	4	4	16
96	6	6	6	4	6	28	5	4	5	5	19
97	6	6	6	5	6	29	6	6	5	5	22
98	6	5	6	6	6	29	5	5	5	5	20
99	6	6	5	4	6	27	5	5	5	5	20
100	6	4	6	4	6	26	6	5	6	6	23
101	6	4	5	4	5	24	6	6	3	6	21
102	6	5	6	4	6	27	6	5	5	5	21
103	6	4	4	5	6	25	5	5	5	5	20
104	6	6	6	6	6	30	4	4	4	4	16
105	6	5	5	4	6	26	4	4	4	4	16
106	6	5	5	5	6	27	4	5	5	4	18
107	6	5	6	5	6	28	5	6	5	6	22
108	6	4	4	5	5	24	5	5	5	4	19
109	6	5	3	4	6	24	4	3	4	4	15
110	6	6	5	6	6	29	5	5	5	5	20
111	6	4	3	5	4	22	5	4	3	4	16
112	6	5	5	5	6	27	6	6	6	6	24
113	6	6	6	6	5	29	5	3	4	5	17
114	6	5	4	4	6	25	4	4	4	4	16
115	5	6	5	5	4	25	5	3	3	6	17
116	6	3	3	3	6	21	4	4	3	3	14
117	6	5	5	4	6	26	5	3	5	5	18
118	6	6	5	5	5	27	5	5	5	5	20
119	6	6	6	3	6	27	6	6	6	6	24
120	6	4	4	5	6	25	6	4	6	5	21
121	6	5	5	6	6	28	6	5	6	5	22
122	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
123	6	4	4	5	6	25	6	4	6	6	22
124	6	4	5	5	6	26	5	5	5	5	20
125	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
126	6	5	5	6	6	28	5	5	5	6	21
127	6	4	4	5	6	25	6	4	5	5	20
128	6	5	4	5	6	26	6	4	4	5	19
129	6	6	6	4	6	28	4	4	4	4	16
130	6	6	5	5	5	27	5	6	5	5	21

131	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20
132	6	5	4	4	5	24	5	5	5	5	20
133	6	4	4	4	6	24	4	4	4	4	16
134	6	5	5	5	5	26	4	4	4	4	16
135	6	5	5	5	6	27	6	5	5	6	22
136	6	3	3	4	4	20	6	6	6	6	24
137	6	6	6	6	5	29	5	5	6	6	22
138	6	6	6	3	6	27	4	4	4	4	16
139	6	5	4	5	6	26	6	5	6	5	22
140	6	5	6	5	6	28	4	4	4	4	16
141	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
142	6	5	5	4	6	26	6	6	6	6	24
143	6	5	5	5	5	26	5	5	6	6	22
144	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
145	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
146	6	6	5	5	6	28	4	5	4	6	19
147	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
148	5	5	5	5	5	25	6	6	6	6	24
149	6	6	6	6	6	30	5	5	5	5	20
150	6	6	6	6	6	30	5	4	5	5	19
151	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
152	6	5	5	5	6	27	6	5	4	5	20
153	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
154	6	4	5	5	5	25	6	6	6	5	23
155	4	5	4	4	5	22	5	5	4	5	19
156	6	4	4	2	6	22	6	6	6	6	24
157	6	4	3	6	6	25	4	4	4	4	16
158	6	3	3	3	6	21	4	4	4	4	16
159	6	5	4	5	5	25	5	4	5	5	19
160	6	3	6	3	6	24	5	2	4	5	16
161	6	4	4	5	5	24	4	4	4	4	16
162	6	6	2	1	6	21	4	4	4	4	16
163	6	6	5	6	5	28	5	6	5	6	22
164	6	2	2	6	6	22	5	5	5	5	20
165	6	5	4	5	5	25	6	6	6	6	24
166	6	6	5	4	6	27	5	4	4	4	17
167	6	5	6	6	6	29	6	5	5	6	22
168	6	4	4	5	5	24	5	5	5	5	20
169	6	6	6	5	6	29	6	5	5	6	22
170	6	5	5	5	6	27	6	6	6	6	24
171	6	6	5	5	6	28	6	1	5	6	18
172	6	6	4	5	6	27	6	6	6	6	24
173	6	3	4	3	4	20	6	5	6	6	23
174	6	6	6	6	6	30	6	5	5	5	21

175	5	4	3	4	3	19	4	5	4	4	17
176	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
177	6	5	4	5	6	26	6	6	6	6	24
178	6	4	4	1	6	21	6	6	6	6	24
179	6	4	4	5	6	25	5	5	5	5	20
180	6	5	4	4	5	24	4	4	4	4	16
181	4	4	4	4	4	20	5	4	4	3	16
182	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
183	6	6	6	6	6	30	6	6	5	5	22
184	6	5	5	5	5	26	5	5	5	5	20
185	6	4	4	4	4	22	3	3	3	3	12
186	6	4	4	5	6	25	4	4	4	4	16
187	5	6	6	6	6	29	6	6	6	6	24
188	6	6	6	6	6	30	6	4	5	5	20
189	6	6	6	6	6	30	6	5	6	6	23
190	6	5	4	5	6	26	5	5	5	5	20
191	6	6	6	4	4	26	6	4	6	6	22
192	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
193	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
194	6	5	4	3	6	24	6	4	6	6	22
195	6	4	6	6	6	28	6	6	6	6	24
196	6	4	4	4	5	23	4	4	4	4	16
197	6	6	5	6	6	29	6	4	5	5	20
198	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
199	6	6	6	5	6	29	5	5	5	5	20
200	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20

LAMPIRAN 3

Hasil Pengumpulan Data Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang diterima	206	100%
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	6	3%
Kuesioner yang memenuhi syarat	200	97%

LAMPIRAN 4

Hasil Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	140	70%
Laki-laki	60	30%
Jumlah	200	100%

Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 20 tahun	68	34%
21-30 tahun	132	66%
31-40 tahun	0	0%
≥ 41 tahun	0	0%
Jumlah	200	100%

Berdasarkan Asal Universitas

Asal Universitas	Frekuensi	Persentase
UII	120	60%
UMY	34	17%
UIN	18	9%
UAD	20	10%
UNISA	8	4%
Jumlah	200	100%

Berdasarkan Pernah atau Sedang Menggunakan M-Banking Syariah

Pernah atau sedang menggunakan M-Banking Syariah	Frekuensi	Persentase
Ya	108	54%
Tidak	92	46%
Jumlah	200	100%

Berdasarkan Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan

Jenis M-Banking Syariah Yang Digunakan	Frekuensi	Persentase
Bank Syariah Indonesia	11	8.7 %
Bank Syariah Mandiri	33	26 %
Bank Muamalat Indonesia	3	2.3 %
Bank BRI Syariah	20	15.8 %
Bank BNI Syariah	60	47.2 %
Bank Syariah Bukopin	0	0
Lainnya	0	0
Jumlah	127	100%

Berdasarkan Ketertarikan Untuk Menggunakan M-Banking Syariah

Ketertarikan Untuk Menggunakan M-Banking Syariah	Frekuensi	Persentase
Ya	174	87%
Tidak	26	13%
Jumlah	200	100%

LAMPIRAN 5

Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
PEoU1	200	3	6	5.10	.930
PEoU2	200	2	6	5.23	.874
PEoU3	200	1	6	5.31	.889
PEoU4	200	3	6	5.13	.858
PE0U5	200	3	6	5.21	.900
TOTAL_PEoU	200	17	30	25.99	3.673
PU1	200	1	6	4.89	1.129
PU2	200	3	6	5.17	.882
PU3	200	2	6	5.02	.908

PU4	200	2	6	4.84	.981
TOTAL_PU	200	11	24	19.92	3.258
PR1	200	1	6	4.66	1.005
PR2	200	2	6	4.84	.943
PR3	200	2	6	4.86	.932
PR4	200	2	6	4.95	.895
TOTAL_PR	200	11	24	19.30	3.270
T1	200	3	6	5.15	.870
T2	200	3	6	5.18	.880
T3	200	2	6	5.09	.875
T4	200	3	6	5.14	.851
TOTAL_T	200	12	24	20.56	2.958
R1	200	4	6	5.84	.464
R2	200	2	6	5.13	.924
R3	200	2	6	4.97	1.002
R4	200	1	6	4.86	1.003
R5	200	3	6	5.64	.666
TOTAL_R	200	19	30	26.43	2.877
ItU1	200	3	6	5.29	.774
ItU2	200	1	6	4.98	.943
ItU3	200	3	6	5.13	.858
ItU4	200	3	6	5.17	.845
TOTAL_ItU	200	12	24	20.57	2.993
Valid N (listwise)	200				

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

LAMPIRAN 6

Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)

Correlations

		PEoU1	PEoU2	PEoU3	PEoU4	PEoU5	TOTAL_PEO U
PEoU1	Pearson Correlation	1	.639**	.552**	.613**	.503**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
PEoU2	Pearson Correlation	.639**	1	.726**	.629**	.601**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
PEoU3	Pearson Correlation	.552**	.726**	1	.625**	.595**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
PEoU4	Pearson Correlation	.613**	.629**	.625**	1	.537**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
PEoU5	Pearson Correlation	.503**	.601**	.595**	.537**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TOTAL_PEO U	Pearson Correlation	.805**	.870**	.846**	.821**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

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

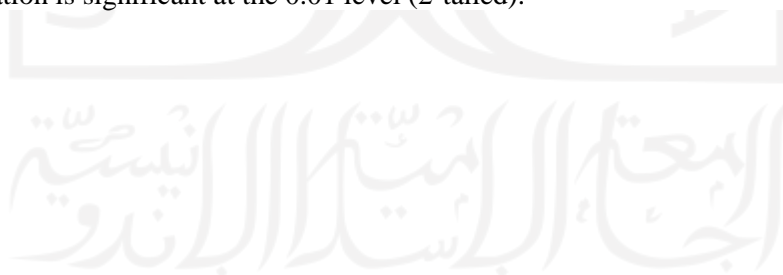
LAMPIRAN 7

Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat (PU)

Correlations

		PU1	PU2	PU3	PU4	TOTAL_P U
PU1	Pearson Correlation	1	.529**	.620**	.555**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
PU2	Pearson Correlation	.529**	1	.673**	.550**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
PU3	Pearson Correlation	.620**	.673**	1	.670**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
PU4	Pearson Correlation	.555**	.550**	.670**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
TOTAL_P U	Pearson Correlation	.830**	.807**	.877**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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



LAMPIRAN 8

Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko (PR)

Correlations

		PR1	PR2	PR3	PR4	TOTAL_P R
PR1	Pearson Correlation	1	.684**	.713**	.584**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
PR2	Pearson Correlation	.684**	1	.723**	.639**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
PR3	Pearson Correlation	.713**	.723**	1	.654**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
PR4	Pearson Correlation	.584**	.639**	.654**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
TOTAL_P R	Pearson Correlation	.868**	.880**	.892**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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

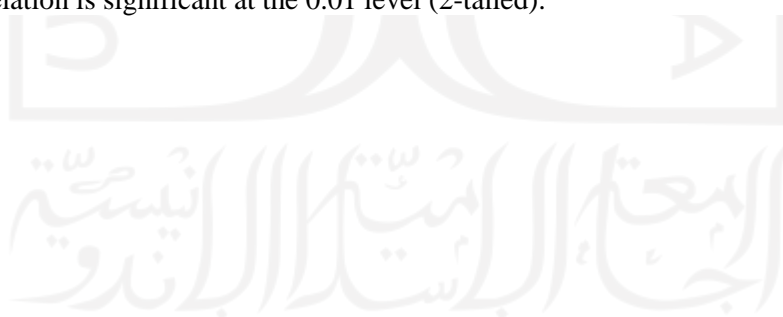
LAMPIRAN 9

Hasil Uji Validitas Kepercayaan (T)

Correlations

		T1	T2	T3	T4	TOTAL_ T
T1	Pearson Correlation	1	.614**	.609**	.726**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
T2	Pearson Correlation	.614**	1	.592**	.576**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
T3	Pearson Correlation	.609**	.592**	1	.678**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
T4	Pearson Correlation	.726**	.576**	.678**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
TOTAL_ T	Pearson Correlation	.866**	.819**	.846**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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



LAMPIRAN 10 Hail

Uji Validitas Religiusitas (R)

Correlations

		R1	R2	R3	R4	R5	TOTAL_ R
R1	Pearson Correlation	1	.246**	.184**	.124	.525**	.469**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.079	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R2	Pearson Correlation	.246**	1	.634**	.399**	.295**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R3	Pearson Correlation	.184**	.634**	1	.456**	.360**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R4	Pearson Correlation	.124	.399**	.456**	1	.194**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.079	.000	.000		.006	.000
	N	200	200	200	200	200	200
R5	Pearson Correlation	.525**	.295**	.360**	.194**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TOTAL_ R	Pearson Correlation	.469**	.789**	.824**	.700**	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

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

LAMPIRAN 11

Hasil Uji Validitas Minat Untuk Menggunakan (ItU)

Correlations

		ItU1	ItU2	ItU3	ItU4	TOTAL_It U
ItU1	Pearson Correlation	1	.575**	.760**	.769**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
ItU2	Pearson Correlation	.575**	1	.644**	.604**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200
ItU3	Pearson Correlation	.760**	.644**	1	.800**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200
ItU4	Pearson Correlation	.769**	.604**	.800**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200
TOTAL_It U	Pearson Correlation	.875**	.819**	.912**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200

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

LAMPIRAN 12

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEoU)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	5

LAMPIRAN 13

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (PU)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	4

LAMPIRAN 14

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Risiko (PR)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

LAMPIRAN 15

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (T)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

LAMPIRAN 16

Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas (R)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	5

LAMPIRAN 17

Hasil Uji Reliabilitas Minat Untuk Menggunakan (ItU)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	4

LAMPIRAN 18

Hasil Uji Multikolinieritas

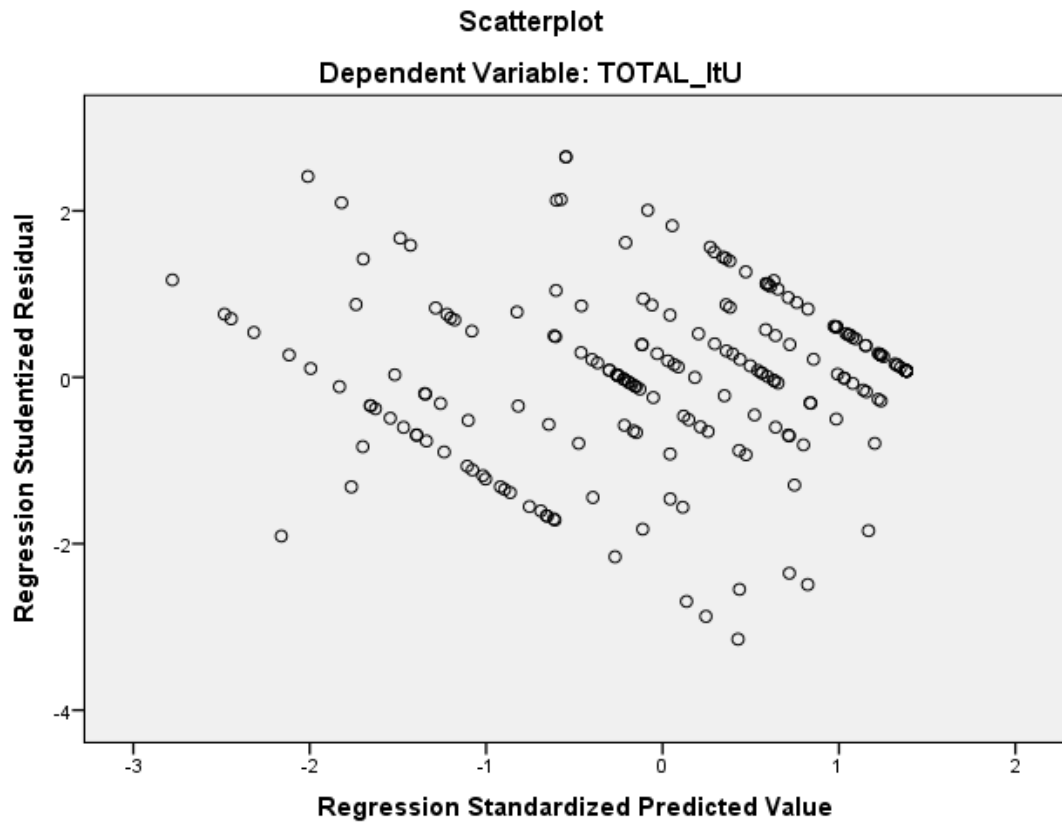
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.960	1.323		.725	.469		
	TOTAL_Peou	.243	.053	.298	4.570	.000	.445	2.250
	TOTAL_PU	.173	.058	.188	2.979	.003	.472	2.119
	TOTAL_PR	.024	.066	.026	.360	.719	.365	2.740
	TOTAL_T	.357	.074	.353	4.802	.000	.349	2.866
	TOTAL_R	.078	.052	.075	1.484	.139	.746	1.340

a. Dependent Variable: TOTAL_ItU

LAMPIRAN 19

Hasil Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN 20
Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.960	1.323		.725	.469		
	TOTAL_PEOU	.243	.053	.298	4.570	.000	.445	2.250
	TOTAL_PU	.173	.058	.188	2.979	.003	.472	2.119
	TOTAL_PR	.024	.066	.026	.360	.719	.365	2.740
	TOTAL_T	.357	.074	.353	4.802	.000	.349	2.866
	TOTAL_R	.078	.052	.075	1.484	.139	.746	1.340

a. Dependent Variable: TOTAL_ItU

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1130.845	5	226.169	67.264	.000 ^b
	Residual	652.310	194	3.362		
	Total	1783.155	199			

a. Dependent Variable: TOTAL_ItU

b. Predictors: (Constant), TOTAL_R, TOTAL_PEOU, TOTAL_PR, TOTAL_PU, TOTAL_T

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.625	1.834

a. Predictors: (Constant), TOTAL_R, TOTAL_PEOU, TOTAL_PR, TOTAL_PU, TOTAL_T

b. Dependent Variable: TOTAL_ItU

