

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN *DIGITAL BANKING* DENGAN MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)* PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**RAUZATUL JANNAH
NIM. 150603196**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M / 1440 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Rauzatul Jannah
NIM : 150603196
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
2. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
3. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
4. *Mengerjakan sendiri karyaini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 6 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Rauzatul Jannah

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam
Menggunakan Layanan *Digital Banking* dengan Menggunakan
Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*
(UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda
Aceh.**

Disusun Oleh:

Rauzatul Jannah
NIM: 150603196

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

Pembimbing II

Farid Fathony Ashar, Lc., MA
NIP: 198504272014031002

R A N Ana Fitriana, M. Sc
NIP: 199009052019032019

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP: 19720907 200003 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA
ACEH



UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rauzatul Jannah
NIM : 150603196
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : rauzatuljannah828@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi ...
yang berjudul:

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Layanan Digital Banking dengan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh.

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 6 Agustus 2019

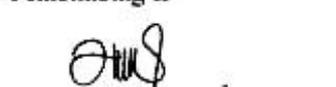
Peneliti


Rauzatul
Jannah

Pembimbing I


Farid Fahony Ashat, Lc., MA
NIP. 198604272014031002

Pembimbing II


Ana Fitria, M. Sc
NIP. 199009052019032019

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sebuah Permata tidak akan dapat dipoles tanpa gesekan, demikian juga seseorang tidak akan menjadi sukses tanpa perjuangan

(Penulis)

"Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)."

(HR. Muslim)

Allah Berfirman dalam surat Ar- Ra'd ayat 11:

.. إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: "...Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..."

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT

sebuah karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu yang sangat saya sayangi yang telah sabar mendidik, memberi kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu dipanjatkan untuk keberhasilan putri sulungmu ini. Alhamdulillah telah mengantarkan penulis sampai ketahap yang sekarang ini.

Untuk Adik ku tersayang yang sudah mendukung dan memberikan semangat. Sahabat-sahabat semuanya yang telah setia dan saling memotivasi satu sama lain.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada peneliti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk melengkapinya salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dengan berjudul: “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh*”.

Selanjutnya selawat beserta salam kita sanjungkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa syiar islam diatas muka bumi ini. Skripsi ini telah diselesaikan oleh penulis dengan usaha dan kemampuan yang penulis miliki. Pada kesempatan ini dengan hati yang tulus ikhlas, perkenankan penulis menyampaikan ribuan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc dan Ayumiyati SE, M.Si selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

3. Farid Fathony Ashal, Lc., MA dan Ana Fitria, SE., M. Sc selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah sudi kiranya meluangkan waktu dan memberi masukan-masukan positif untuk skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Marwiyati, SE., MM selaku penguji I dan Ima Dwitawati, M.B.A selaku penguji II
5. Muhammad Arifin, Ph.D laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
6. Dr. Analiansyah, M.Ag selaku penasehat akademik, seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama dosen program studi Perbankan Syariah UIN ar-Raniry Banda Aceh
7. Semua staff dan karyawan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang telah mengizinkan penulis mendapatkan data dan memberikan izin saat melakukan penelitian.
8. Teristimewa untuk Ibunda Nurainun dan Ayahanda Abdul Karim, berkat mereka yang telah melahirkan, membesarkan, memberi nasehat positif, mendoakan sepenuh hati, mendidik serta mencurahkan kasih sayang yang luar biasa yang tidak mungkin bisa dituturkan dengan kata-kata dan tidak bisa penulis balas jasa-jasanya, semua itu guna tercapainya cita-cita juga berguna bagi agama, bangsa dan negara. Tidak lupa pula untuk adik sekandung Fitria Ramadhani, Mawaddah dan Raniya, terima kasih atas dukungannya selama ini dan memberikan

semangat tiada habisnya, semoga bisa menjadi anak yang berbakti kepada kedua orang tua dan sukses di dunia dan juga akhirat.

9. kepada sahabat Naviatun Nufus dan Opi Yundani beserta sahabat satu program studi Putri Suryani, Sela mirna Julita, dan Zakia fakhrunisa yang sudah setia dan tulus memberi semangat dan membantu penulis. Terima atas waktu, ilmu, masukan dan kritiknya atas permasalahan permasalahan dalam skripsi ini dan juga sahabat lainnya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan saran serta permohonan maaf baik dari kesalahan penulis yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan baik isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharap banyak pandangan pikiran, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan. R A N I R Y

Banda Aceh, 6 Agustus 2019
Penulis,

Rauzatul Jannah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan
Kebudayaan

Nomor:158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H.	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ		24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haulā*

3. **Maddah**

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
◌َ / اِ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	اِ / اِي
◌ِ	<i>Kasrah</i> dan ya	يِ
◌ُ	<i>Dammah</i> dan wau	وِ

Contoh:

قَالَ : *q la*

رَمَى : *ram*

قِيلَ :q la

يَقُولُ :yaq lu

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* ()hidup

Ta *marbutah* ()yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* () mati

Ta *marbutah* () yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* () diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* () itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atf l/ raudatul atf l*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Mad nah al-Munawwarah/
al-Mad natul Munawwarah*

طَلْحَةَ

:*Talḥah*

Catatan: Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



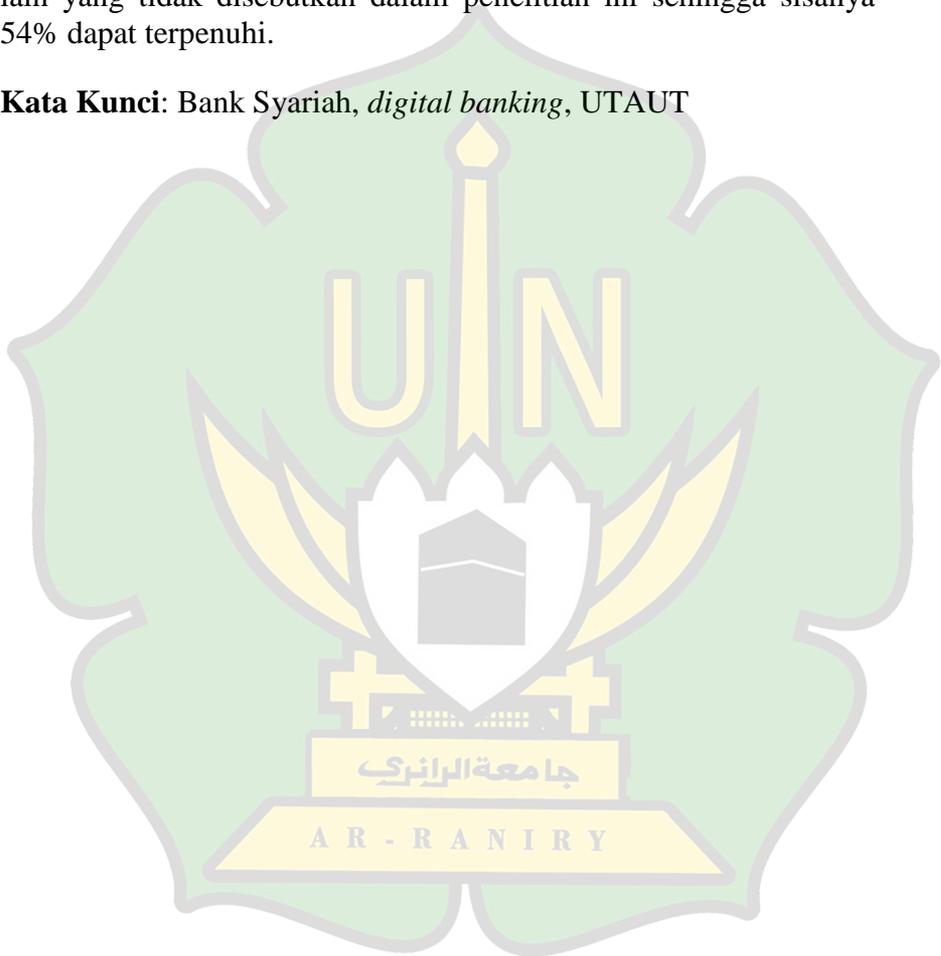
ABSTRAK

Nama : Rauzatul Jannah
NIM : 150603196
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking* dengan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh.
Tebal : 119 Halaman
Pembimbing I : Farid Fathony Ashal, Lc., MA
Pembimbing II : Ana Fitria, M. Sc

Digital banking adalah layanan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, dan melalui media digital milik nasabah bank, yang dilakukan secara mandiri. PT Bank Mandiri Syariah cabang Banda Aceh mengklaim telah memiliki keunggulan dari segi layanan *digital banking* yang dalam beberapa aspek layanan memiliki fitur-fitur baru. Adapun jumlah penggunaan layanan *digital banking* pada BSM dari hasil survey meningkat yaitu dari tahun 2017-2018, maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*, dengan menggunakan model *unified theory of acceptance and use of technology* (utaut). pengumpulan data dilakukan menggunakan angket/kuesioner dengan populasi seluruh nasabah yang menggunakan layanan *digital banking* pada Bank Syariah Mandiri cabang Banda Aceh dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *aksidental* dan jumlah sampel sebanyak 50 sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 21.0. Dari beberapa hipotesis yang diajukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *digital banking* dengan menggunakan model

UTAUT adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, akan tetapi *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap *digital banking*. Secara simultan, faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nasabah dan nilai *R square* sebesar 45 % yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini. Untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambah atau mengganti variabel independen dengan variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini sehingga sisanya 54% dapat terpenuhi.

Kata Kunci: Bank Syariah, *digital banking*, UTAUT



DAFTAR ISI

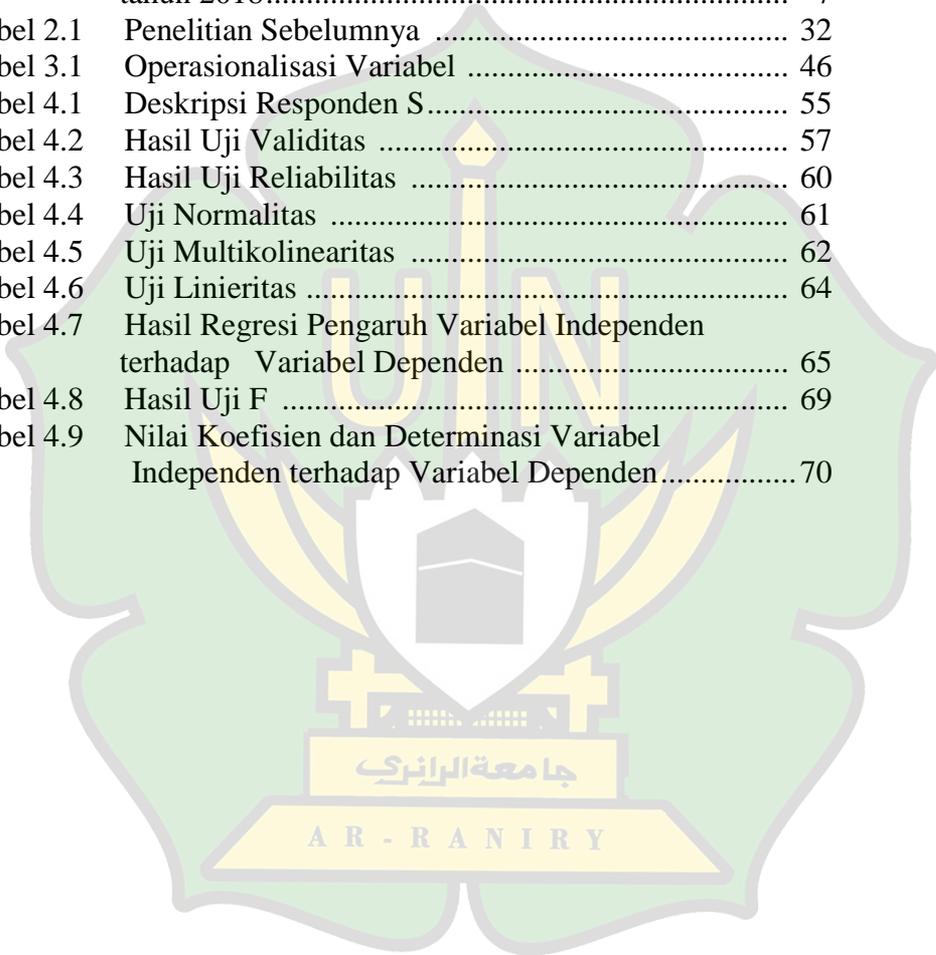
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR SINGKATAN	xxi
DAFTAR BAHASA ASING	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Teori <i>Digital Banking</i>	13
2.1.1 Sejarah singkat <i>Digital Banking</i>	16
2.1.2 Jenis-jenis Layanan <i>Digital Banking</i>	18
2.1.3 Manfaat <i>Digital Banking</i>	22
2.2 Model <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)</i>	26
2.3 Penelitian Sebelumnya	32
2.4 Hubungan Antar Variabel	36
2.5 Kerangka Pemikiran	39

2.6 Pengembangan Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian,	42
3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya	43
3.2.1 Data Primer	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.4 Variabel Penelitian	45
3.4.1 Variabel Independen	45
3.4.2 Variabel Dependen	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Skala Pengukuran	48
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.8 Uji Asumsi Klasik	49
3.8.1 Uji Normalitas	49
3.8.2 Uji Multikolinieritas	50
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.8.4 Uji Linieritas	51
3.9 Metode Analisis Data	51
3.10 Pengujian Hipotesis	52
3.10.1 Pengujian Parsial (Uji t)	52
3.10.2 Pengujian Simultan (Uji F)	53
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Responden	55
4.2 Uji Validitas dan Reabilitas	57
4.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2 Uji Reabilitas	59
4.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.3.1 Uji Normalitas	60
4.3.2 Uji Multikolinieritas	61
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.3.4 Uji Linieritas	64
4.4 Hasil Regresi Linier Berganda	64
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	66
4.5.1 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)	66
4.5.1.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap	

<i>Digital Banking</i>	67
4.5.1.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Digital Banking</i>	67
4.5.1.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Digital Banking</i>	68
4.5.1.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> terhadap <i>Digital Banking</i>	68
4.5.2 Hasil Penelitian secara Bersama-sama (Uji F)	68
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.6.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> dalam Menggunakan Layanan <i>Digital Banking</i>	71
4.6.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> dalam Menggunakan Layanan <i>Digital Banking</i>	72
4.6.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> dalam Menggunakan Layanan <i>Digital Banking</i>	73
4.6.4 Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> dalam Menggunakan Layanan <i>Digital Banking</i>	74
BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	85

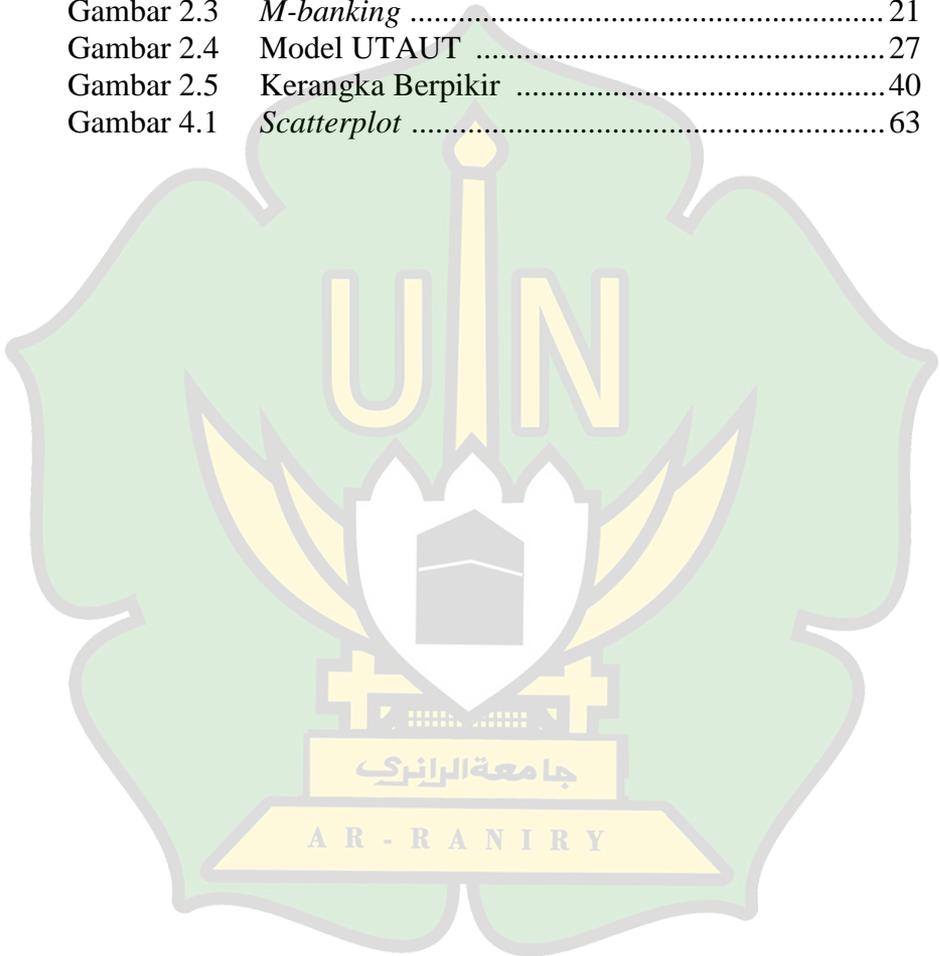
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah nasabah pengguna layanan digital <i>banking</i> tahun 2017.....	7
Tabel 1.2	Jumlah nasabah pengguna layanan <i>digital banking</i> tahun 2018.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 4.1	Deskripsi Responden S.....	55
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.4	Uji Normalitas	61
Tabel 4.5	Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.6	Uji Linieritas	64
Tabel 4.7	Hasil Regresi Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen	65
Tabel 4.8	Hasil Uji F	69
Tabel 4.9	Nilai Koefisien dan Determinasi Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>I-banking</i>	18
Gambar 2.2	<i>SMS Banking</i>	20
Gambar 2.3	<i>M-banking</i>	21
Gambar 2.4	Model UTAUT	27
Gambar 2.5	Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1	<i>Scatterplot</i>	63



DAFTAR SINGKATAN

ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
BSM	: Bank Syariah Mandiri
DBS	: <i>Development Bank of Singapore</i>
EDC	: <i>Electronic Data Capture</i>
EE	: <i>Social Influence</i>
FC	: <i>Facilitating conditions</i>
GSM	: <i>Global for Mobile Communication</i>
PE	: <i>Performance Expectancy</i>
SI	: <i>Social Influence</i>
SMS	: <i>Short Message Service</i>
UTAUT	: <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>



DAFTAR BAHASA ASING

Age = Umur

Behavioral intention = Niat melakukan

Digital banking = Perbankan digital

Effort Expectancy = Harapan usaha

Experience = Pengalaman

Facilitating Conditions = Kondisi fasilitas

Gender = Jenis kelamin

Performance Expectancy = Harapan kinerja

Realtime = Waktu nyata

Rule of thumb = Aturan umum

Social Influence = Pengaruh sosial

use behavior = Bertindak menggunakan

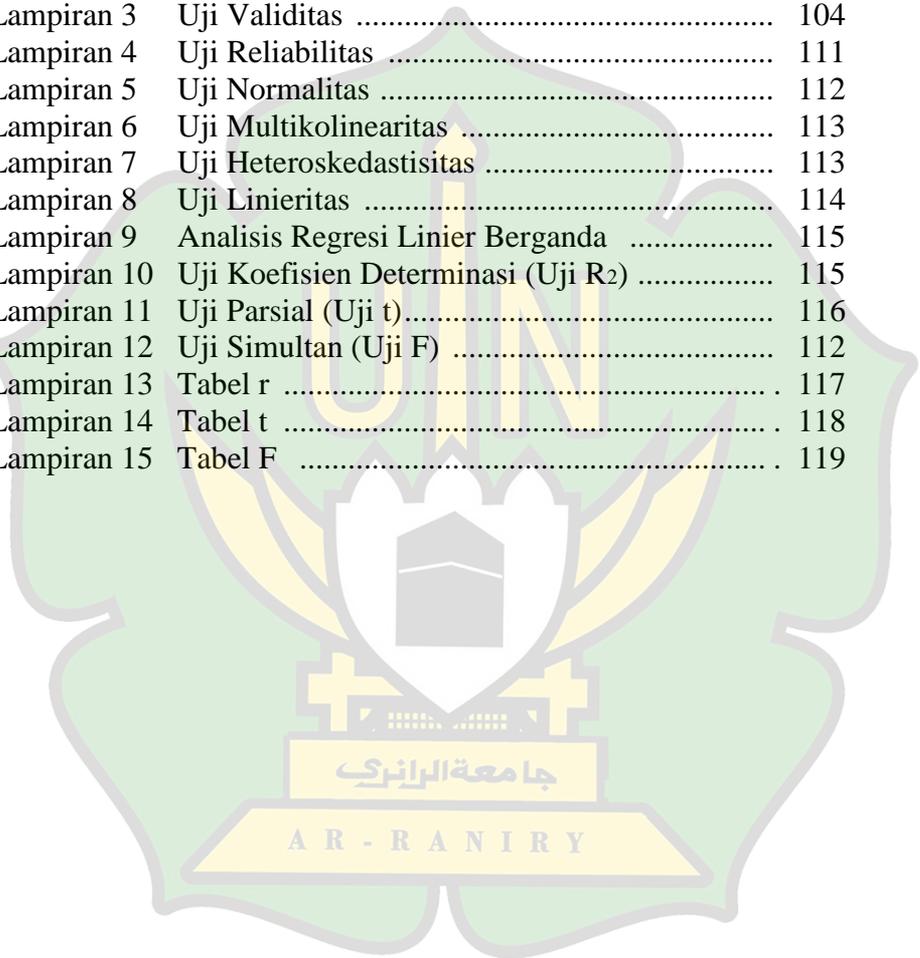
Use The System = Menggunakan sistem

voluntariness of use = Menggunakan dengan sukarela



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2	Jawaban Responden	90
Lampiran 3	Uji Validitas	104
Lampiran 4	Uji Reliabilitas	111
Lampiran 5	Uji Normalitas	112
Lampiran 6	Uji Multikolinearitas	113
Lampiran 7	Uji Heteroskedastisitas	113
Lampiran 8	Uji Linieritas	114
Lampiran 9	Analisis Regresi Linier Berganda	115
Lampiran 10	Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	115
Lampiran 11	Uji Parsial (Uji t).....	116
Lampiran 12	Uji Simultan (Uji F)	112
Lampiran 13	Tabel r	117
Lampiran 14	Tabel t	118
Lampiran 15	Tabel F	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis sangatlah tajam yang ditandai dengan adanya kemajuan perekonomian secara global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang telah memberikan sumbangan atau dana terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada yang membutuhkan dana atau kegiatan perekonomian yang bersifat produktif (Anggraeni, 2016).

Seiring perkembangan teknologi di dunia ini semakin memudahkan semua umat manusia, tak terkecuali negara Indonesia. Sebagai masyarakat Indonesia sendiri, kita pun merasakan berbagai kemudahan, dimana semua informasi sudah dapat diakses dengan cepat, praktis, efektif dan efisien terutama dalam bertransaksi yang dilakukan hanya dengan satu produk elektronik yang biasa kita bawa kemana-mana, yaitu *smartphone*. Teknologi informasi yang berkembang sangat cepat ini di respon oleh perusahaan-perusahaan karena adanya teknologi informasi aktivitas dari sebuah perusahaan akan berjalan dengan lancar begitu juga dunia perbankan dengan memberikan pelayanan kemudahan

akses informasi dengan kliennya maupun menghubungkan bank dengan nasabahnya dengan cara mengaplikasikan teknologi informasi dengan jaringan internet.

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak secara global terhadap perbankan yaitu sebagai layanan informasi melalui *wireless* dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada *smartphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank (Rema & Setyohadi, 2016).

Besarnya pengguna jaringan internet melalui *smartphone* atau komputer yang memberikan manfaat untuk menjangkau sistem keuangan melalui layanan keuangan digital. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi (TI) yang begitu cepat dan perubahan perilaku, kebutuhan nasabah juga terus meningkat sehingga mendorong perbankan untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Saat ini, perbankan mulai meningkatkan layanannya agar nasabah dapat memperoleh berbagai layanan perbankan secara mandiri tanpa harus mendatangi kantor bank. Layanan perbankan secara mandiri antara lain melakukan registrasi, transaksi (tunai,

transfer, pembayaran) dan berbagai layanan lainnya, hingga penutupan rekening yang dikenal juga dengan istilah layanan perbankan digital (*digital banking*).

Saat ini sudah banyak bahkan hampir semua lembaga keuangan konvensional di Indonesia menerapkan sistem bank secara *online*, tak hanya itu bank syariah pun tak kalah saing dengan bank konvensional yaitu dengan menerapkan sistem bank secara *online* yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi, persaingan yang sangat ketat, membuat bank berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanan secara maksimal terhadap nasabah salah satu caranya yaitu menerapkan sistem bank secara digital, dimana nasabah dapat mengakses aktivitas transaksi dimana saja tanpa menghabiskan banyak waktu.

Pihak OJK mengatakan bahwa layanan perbankan berbasis teknologi informasi yang umumnya dikenal sebagai *electronic banking/digital banking*, memudahkan nasabah untuk melaksanakan transaksi keuangan melalui berbagai *delivery channel* antara lain *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *internet banking*, *Short Messaging Service (SMS) banking*, *phone banking*, maupun *mobile banking* (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Perkembangan *e-banking* yang diawali dengan pembukaan ATM yaitu memiliki fungsi utama untuk penarikan tunai. Selanjutnya diikuti dengan penyelenggaraan EDC yang berfungsi melayani transaksi pembayaran nasabah. Meningkatnya transaksi melalui *channel mobile banking*,

berdampak pada penurunan transaksi yang dilakukan di kantor cabang. Hal ini menunjukkan kebiasaan/ *behavior* masyarakat yang mulai mengarah kepada transaksi elektronik perbankan melalui perangkat digital yang memberi kemudahan bagi nasabah.

Otoritas Jasa Keuangan menjelaskan bahwa perkembangan layanan perbankan digital ini didorong oleh hal-hal sebagai berikut: adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat, perubahan gaya hidup masyarakat sesuai perkembangan teknologi informasi, adanya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan yang efektif, efisien, dapat diakses dari manapun dan kapanpun, komprehensif, serta mudah, kompetisi industri perbankan untuk memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kebutuhan perbankan terhadap operasional yang efisien dan terintegrasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Koesmanto (2017) menjelaskan cara bisnis perbankan mengarah menjadi digital didorong oleh kemunculan perusahaan teknologi finansial atau disebut juga dengan *fintech*. Hal ini sesuai dengan riset *Development Bank of Singapore* (DBS) dengan judul “*Digital Banking: New Avatar – Banks Watch Out for Banks*” Riset ini memperlihatkan bahwa adanya *fintech* mampu melayani konsumennya dengan lebih personal, mampu menyentuh masyarakat yang berada di wilayah pelosok yang pasti sulit dijangkau oleh perbankan, dan biaya operasionalnya lebih murah jika dibandingkan dengan perbankan tradisional (DBS *digital banking*, 2016).

Di Indonesia sendiri, sudah banyak perbankan syariah ramai-ramai kembangkan layanan *e-banking* untuk melakukan transformasi digital, salah satunya adalah Bank Syariah Mandiri (BSM), dengan mengembangkan layanan ini untuk mendongkrak jumlah nasabah. Apalagi layanan ini sudah bisa digunakan di 80 cabang Bank Syariah Mandiri di seluruh Indonesia, termasuk di ATM milik Bank Syariah Mandiri yang mencapai 50.000. Fitur baru yang ada di transaksi ini adalah transfer *realtime*, yang memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah, seperti yang dijelaskan oleh *Vice President* selaku divisi pengembangan produk BSM Dewa Bagus Ivan (Franedya, 2016). Persaingan yang sangat ketat, dimana semakin banyak lembaga keuangan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, menyebabkan setiap lembaga keuangan harus menempatkan orientasi pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utama, tidak terkecuali Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah yaitu pada tahun 1999. Dengan demikian Bank Syariah Mandiri mampu bersaing dengan bank-bank lain yang ada di Indonesia. Salah satunya BSM mampu memberikan layanan yang dibutuhkan bagi penggunanya melalui layanan *digital banking* yang terdiri dari BSM *internet banking*, BSM *mobile banking*, BSM *SMS banking*, BSM *phone banking*, dan BSM ATM.

Maka dari itu salah satu tujuan melakukan digitalisasi bank ini adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam industri perbankan selaku sektor jasa, kepuasan nasabah merupakan hal yang terpenting. Nasabah akan dengan mudah berpindah kepada bank lain jika tidak mendapatkan apa yang diharapkan. Fakta tersebut memaksa industri perbankan untuk kreatif dengan menciptakan keunggulan bersaing di tengah persaingan ketat memperebutkan nasabah dan menjaga kepuasannya sehingga menjadi nasabah yang loyal dan mampu meningkatkan laba (Marlina & Bimo, 2018). Sebagai contoh, jika bank memberikan layanan lebih cepat dari pada pesaingnya dalam hal transaksi di konter, itu akan dianggap sia-sia jika nasabah tidak menghargai kecepatan tersebut. Sehingga bank harus fokus pada pembentukan keunggulan nasabah yang dapat memberikan nilai dan kepuasan tertinggi yang berujung pada penggunaan layanan ulang dan akhirnya mampu meningkatkan profitabilitas bank yang tinggi juga. *Digital banking* dianggap sebagai cara baru melakukan transaksi perbankan terutama berkat potensinya untuk menghemat biaya.

PT Bank Mandiri Syariah cabang Banda Aceh karena PT Bank Mandiri Syariah mengklaim telah memiliki keunggulan dari segi layanan *digital banking/electronic banking* yang dalam beberapa aspek layanan memiliki fitur-fitur baru seperti pembayaran waqaf digital melalui *m-banking* bahkan jauh lebih maju ketimbang bank konvensional lainnya. Berdasarkan hasil

wawancara terhadap pihak bank BSM bahwasanya jumlah nasabah yang menggunakan layanan *digital banking* untuk tahun 2017 adalah

Tabel 1.1
Jumlah nasabah pengguna layanan *digital banking* tahun 2017

Jenis Layanan	Jumlah nasabah pengguna <i>digital banking</i>
BSM <i>I-banking</i>	180
BSM <i>M-banking</i>	1296
SMS <i>banking</i>	2192
Total	3668

Sumber: Hasil wawancara Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh, 2018

Adapun hasil dari observasi awal bahwa data penggunaan layanan *digital banking* pada BSM cabang Banda Aceh untuk tahun 2018 adalah

Tabel 1.2
Jumlah nasabah pengguna layanan *digital banking* tahun 2018

Jenis Layanan	Jumlah nasabah pengguna <i>digital banking</i>
BSM <i>I-banking</i>	493
BSM <i>M-banking</i>	1354
SMS <i>banking</i>	2765
Total	4612

Sumber: Hasil observasi data awal Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh, 2018¹

¹ Hasil wawancara Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh,, Nopi, Supervisor, 27 Desember 2018

Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 diatas menunjukkan adanya peningkatan atau penambahan jumlah nasabah yang menggunakan layanan *digital banking*, Jika dilihat dari masing-masing total jumlah pengguna layanan *digital banking* (2017) 3668 dan (2018) 4612 maka dapat dikatakan meningkat dari tahun 2017 ke tahun 2018. Dari hasil wawancara pihak bank BSM juga mengatakan bahwa faktor yang menyebabkan peningkatan penggunaan layanan *digital banking* yaitu adanya perubahan aplikasi, dimana aplikasi tersebut diperbarui, sehingga nasabah beralih ke aplikasi baru. Dengan fasilitas yang diberikan oleh sistem perbankan, maka akan banyak nasabah yang merasa sangat dimudahkan. Karena, tanpa harus ke bank, nasabah tetap dapat bertransaksi dimana saja asal dapat terhubung dengan jaringan internet. Respon positif terhadap fasilitas *digital banking* ini telah menciptakan peningkatan permintaan layanan berbasis digital secara luar biasa.

Maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yaitu sebuah model untuk penerimaan teknologi baru yang diusulkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, pada tahun 2003 (Venkatesh et al., 2003). Pada model ini, terdapat empat variabel yang memiliki peranan penting sebagai faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user acceptance* dan *usage behavior*, yaitu:

performance expectancy, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Disamping itu terdapat empat moderator yakni *gender*, *age*, *experience* dan *voluntariness of use*, untuk memoderasi dampak dari pada *behavioral intention* dan *use behavior*. Model ini juga sudah banyak digunakan oleh peneliti-peneliti yang menguji tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi baru seperti dalam penelitian Dzulhaida & Giri (2015), Sedana & Wijaya (2009), penelitian Handayani & Sudiana (2015) dan penelitian lainnya.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul: **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking* dengan Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya maka permasalahan yang timbul dalam penelitian yang dilakukan penulis adalah:

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*?

4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*?
5. Apakah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* secara bersamaan berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *performance expectancy* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.
2. Untuk mengetahui *effort expectancy* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.
3. Untuk mengetahui *social influence* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.
4. Untuk mengetahui *facilitating conditions* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.
5. Untuk mengetahui *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* berpengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, acuan maupun sebagai literatur bagi semua pihak untuk pembelajaran di masa yang akan datang.

2. Bagi Praktisi

Bagi lembaga keuangan syariah, penelitian ini dapat menjadi pedoman penggunaan sistem teknologi informasi *digital banking* tersebut dengan benar. Khususnya bagi pihak bank, untuk mengetahui sudah efektifkah penerapan layanan *digital banking* yang dimilikinya dan perbaikan-perbaikan yang perlu diperbaiki.

3. Bagi Peneliti

Untuk memberi gambaran penelitian yang akan datang tentang faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* serta bertujuan untuk memperluas pengetahuan akademis peneliti sehingga nantinya diharapkan dapat diterapkan dalam dunia praktis.

4. Bagi Pembaca Umum

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan dalam memahami fitur-fitur dari penggunaan layanan *digital banking* yang ada di perbankan syariah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini maka penulis menguraikan sistematika pembahasan dalam lima bab, masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang saling berkaitan satu sama lain yaitu sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan ini menjelaskan uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian

manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Pada bab ini membahas uraian tentang teori pelayanan, teori pengertian layanan *digital banking* sejarah singkat *digital banking*, jenis-jenis layanan *digital banking*, manfaat layanan *digital banking*, model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT), penelitian yang terkait, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, tujuan dan arah penelitian, data dan teknik pemerolehannya, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan hasil dan analisis tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V: Penutup

Pada bab ini menjelaskan bagian penutup tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah di kaji dalam bab-bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi *Digital Banking*

Manfaat digitalisasi bank terutama untuk menurunkan biaya operasional, digitalisasi perbankan merupakan investasi jangka panjang. Pihak perbankan dapat menjangkau pasar lebih luas dengan menurunkan anggaran investasi pembukaan cabang pembantu dan kantor kas kecil. Untuk itu, pada tahap awal pihak perbankan perlu melakukan transformasi infrastruktur IT. Seiring dengan pertumbuhan bisnis *e-commerce*, dunia perbankan pun dituntut untuk bisa mengikuti tren transaksi digital, sampai dengan hadirnya sektor baru di industri dalam bentuk *fintech*, serta layanan perbankan keuangan berbasis internet di mana jumlahnya semakin meningkat di Indonesia (Marlina Bimo, 2018).

Quesada (2017: 10) menjelaskan bahwa transformasi perbankan digital yaitu ketika teknologi sudah memenuhi sistem keuangan yang akan menghemat waktu, dan uang bagi para pemakai pada sektor keuangan yang diri mereka sudah dipengaruhi dalam transformasi digital. Menurut data Bank Indonesia (2016), total transaksi *e-money* saja pada tahun 2015 melonjak tajam ke angka 5,2 triliun dari 4,3 triliun pada tahun 2014. Ini menyebabkan industri perbankan menjadi salah satu sektor bisnis yang dituntut untuk melakukan transformasi digital untuk tetap berhasil dalam persaingan yang ketat guna memenuhi perilaku konsumen yang sudah berubah ke arah digital.

Ada tiga faktor utama dalam agenda transformasi perbankan digital (kompas.com, 2017):

1. Pertama, secara perlahan tumpukan kertas akan ditinggalkan sebagai proses utama perbankan dan mengadopsi cara-cara baru yang lebih cerdas, yang dulunya melakukan transaksi yang menghabiskan banyak kertas kini transformasi digital akan merubah pola kerja bank yang lebih simple dan mudah.
2. Kedua, perbankan perlu memperhatikan keinginan dari diri nasabah dan mengubah pengalaman nasabah agar menjadi lebih dari otomasi.
3. Ketiga, dan yang paling menantang adalah menanamkan budaya baru dalam perusahaan. Regulasi yang ketat di perbankan terkadang membatasi ruang kreativitas, pembenahan dapat dilakukan mulai dari penerapan konsep *open office* agar tercipta nuansa kolaborasi, cara busana karyawan yang *smart casual* untuk menstimulasi gaya bekerja yang dinamis dan berpikiran terbuka. Bank pun kini merancang seri pelatihan untuk mempersiapkan karyawan bekerja dengan gesit (*agility*) yang mencakup topik seputar teknologi, media sosial, API, pemasaran digital, serta keamanan teknologi informasi. Semuanya dikemas dalam aplikasi digital yang dapat diakses di mana saja.

Febriana (2014: 353) menjelaskan bahwa istilah dari *digital banking* yang makin populer adalah *e-banking (electronic banking)*. *E-banking* dapat didefinisikan sebagai penghantaran

otomatis jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui media elektronik saluran komunikasi interaktif. *E-Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi ataupun publik. Nasabah dapat mengakses *e-banking* melalui internet, komputer/PC, PDA/smartphone, ATM ataupun telepon. Selain itu pengertian lain dari *e-banking* adalah salah satu teknologi dalam dunia maya yang dikembangkan oleh kalangan perbankan untuk meningkatkan pelayanan kepada para nasabah. Keberadaan *e-banking* ini telah menjadi kebutuhan seiring dengan berkembangnya teknologi perbankan.

Otoritas Jasa Keuangan menjelaskan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah bank, yang dilakukan secara mandiri. Hal ini memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Menurut Chris (2014: 20), bank digital melacak inovasi dalam perbankan dan bagaimana internet seluler mengubah dinamika hubungan konsumen dan perusahaan dengan bank mereka. Alasan perbankan digital lebih dari sekadar *platform* seluler atau *online* adalah karena ia menyertakan solusi *middleware*. *Middleware* adalah perangkat lunak yang menjembatani sistem operasi atau basis data dengan aplikasi lain. James (2016: 34) menjelaskan bentuk-bentuk paling awal dari perbankan digital yaitu munculnya mesin dan kartu ATM yang diluncurkan pada tahun 1960-an. Ketika internet muncul pada 1980-an dengan broadband awal, jaringan digital mulai menghubungkan pengecer dengan pemasok dan konsumen untuk mengembangkan kebutuhan untuk mengembangkan kebutuhan untuk katalog online awal dan sistem perangkat lunak inventaris.

2.1.1 Sejarah Singkat *Digital Banking*

krisis ekonomi global dari beberapa tahun yang lalu, telah membawa era baru untuk layanan keuangan, sebagian besar karena penekanan pada inefisiensi masih ekstrim dari sistem perbankan yang ada. Sebagian karena inovasi layanan keuangan telah berkontribusi pada cara yang benar-benar baru melalui peningkatan adopsi massa teknologi mobile ke digitalisasi uang tunai. perubahan-perubahan ini telah mengobati daya saing bank ritel tradisional yang mendefinisikan ulang model perbankan yang telah berubah selama beberapa dekade, sehingga bank-bank yang

didirikan dipaksa untuk meningkatkan langkah mereka dalam adopsi digital, serta secara drastis mengurangi biaya *overhead* mereka melalui langkah-langkah pemotongan biaya seperti memotong jumlah cabang bank tempat mereka beroperasi (Wewege, 2017: 7)

Evolusi *digital banking* sudah ada ketika internet muncul sejak tahun 1980an di Amerika Serikat meskipun pada prakteknya sangat berbeda dengan *digital banking* di era sekarang, *digital banking* semakin dikenal pada tahun 1994 di Amerika Serikat, yaitu *stanford credit union* mulai menawarkan layanan perbankan melalui situs mereka dimana 100.000 rumah tangga mulai mengakses rekening bank secara *online*, dan sejak itu *digital banking* berkembang secara pesat di Amerika Serikat sendiri pada tahun 2001 yang sudah mencapai 20 juta pengguna (James, 2016).

Di Indonesia sendiri Bank Internasional Indonesia (1998) menjadi yang pertama walaupun BCA (2001) yang berani mengoperasikan *e-banking* secara masif di Indonesia, pada tahun 2007 saat peluncuran Iphone, *digital banking* mulai menggeser dari komputer ke *smarphone*, kemudian secara statistik pengguna *digital banking* mencapai 54 juta di Amerika Serikat pada tahun 2009.

Sedangkan di Indonesia menurut survei yang dilakukan oleh *Sharing Vision* pada 6 bank besar di Indonesia, jumlah pengguna *internet banking* mencapai 5,7 juta orang pada 2012. Dan sejak tahun 2016 dimana generasi milenial (masyarakat

kelahiran 1981-2000) berhasil mengubah preferensi *digital banking* secara fundamental dimana hal tersebut menandakan kepada bank bahwa mereka harus segera memindahkan semua layanan secara *online* (Kompas.com, 2017).

2.1.2 Jenis-Jenis Layanan *Digital Banking*

Mengutip laman resmi dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2016), dijelaskan bahwa ada beberapa layanan perbankan *digital*. *Digital banking* pada umumnya kerap disebut dengan *e-banking* karena dapat memudahkan nasabah untuk melaksanakan transaksi keuangan melalui berbagai *delivery channel*. Adapun Beberapa layanan yang dimaksud antara lain:

1. *Internet banking*. Melalui *internet banking* maka nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*financial* dan *non financial*) melalui komputer atau *smatphone* yang berhubungan dengan jaringan internet bank. Jenis-jenis transaksi *i- banking* pada Bank Syariah Mandiri antara lain:

No	Jenis Transaksi Layanan
1	Biaya Adm – Nasabah perorangan – Nasa
2	Cetak Key Code (Nasabah Baru)
3	Reissue – User ID dan Password – PIN Ot
4	Multli Akses
5	Multli Level Account
6	Batch Transfer

No	Fitur
1	Pembayaran Tagihan PLN
2	Pembayaran Premi Asuransi Takaful
3	Pembayaran Tiket Garuda
4	Pembayaran Akademik
5	Pembayaran SPO (Sistem Pembayaran Or
6	Pembayaran Tagihan Indosat Postpaid (M
7	Pembayaran Tagihan Indosat Postpaid (St

8	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Te
9	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Sp
10	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Te
11	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (FL
12	Pembayaran Tagihan Telkomsel Halo
13	Isi Ulang Voucher Telkomsel (Simpati)
14	Isi Ulang Voucher Telkomsel (Kartu As)
15	Isi Ulang Indosat Prepaid (Starone Prepaid
16	Isi Ulang Indosat Prepaid (IM3)
17	Isi Ulang Indosat Prepaid (Mentari)
18	Isi Ulang Telkom Prepaid (Flexi Prepaid)
19	Isi Ulang Listrik Prabayar
20	Transfer Antar Rekening di BSM
21	Transfer Antar Bank Via Jaringan ATM Ber
22	Transfer Antar Bank Via Jaringan Prima*
23	Transfer Antar Bank Via SKN

24	Transfer RTGS
25	Transfer Tunal Via PT. POS
26	Informasi Saldo Tabungan
27	Informasi Mutasi Rekening Tabungan
28	Informasi Rekening Deposito
29	Informasi Rekening Pembiayaan
30	Perubahan PIN/PIN Otorisasi

No	Jenis Voucher Telko
1	Indosat Prepaid (IM3, Mentari, Starone Pr
2	Voucher Telkomsel (Simpati, As)
3	Telkom Prepaid (Flexi Prepaid)

Gambar 2.1
I-banking

Internet banking merupakan suatu saluran dari *e-banking* yang sangat memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC ataupun PDA/*smartphone*. Kelebihan dari saluran ini adalah juga memungkinkan kita untuk melihat transaksi yang sudah pernah kita lakukan ataupun menyimpan dan mencetak sebagai bukti transaksi (Febriana, 2014: 355). *Internet banking* tidak hanya memberikan kenyamanan namun juga kemudahan karena menu-menu pada *internet banking* dapat digunakan tanpa harus memiliki ketrampilan khusus untuk diakses oleh siapa pun.

2. *Phone banking*. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui telepon di mana nasabah menghubungi *contact center* bank. Bank telah menyediakan tenaga staf khusus yang akan menjalankan transaksi nasabah atau program otomatis yang dapat berinteraksi dengan nasabah untuk menjalankan transaksi nasabah. Jenis-jenis transaksi *phone banking* atau BSM call melalui nomor akses 14040 yang dapat dilakukan oleh nasabah antara lain:
 - 1) Transfer dana
 - 2) Informasi saldo
 - 3) Mutasi rekening
 - 4) Pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, ponsel, listrik, asuransi)
 - 5) Pembelian (pulsa isi ulang).

3. *SMS banking*. *SMS banking* adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan nasabah melalui telepon seluler (ponsel) dengan format *Short Message Service* (SMS). Nasabah dapat mengirimkan SMS ke nomor telepon bank atau menggunakan aplikasi yang dipasang bank pada ponsel nasabah. Jenis-jenis transaksi melalui *SMS banking* pada Bank Syariah Mandiri antara lain:

No.	Jenis Transaksi
1	Cek saldo
2	Informasi seluruh daftar tagihan
3	Informasi jumlah tagihan Telkom
4	Informasi jumlah tagihan IM3
5	Informasi jumlah tagihan Matrix
6	Informasi daftar rekening sendiri
7	Informasi data rekening sendiri
8	Informasi daftar rekening tujuan
9	Informasi data rekening tujuan
10	Bantuan daftar perintah layanan SMS Bar
11	Transfer antar rekening sendiri di BSM
12	Transfer ke rekening tujuan di BSM
13	Pembayaran tagihan Telkom
14	Pembayaran tagihan IM3
15	Pembayaran tagihan Matrix
16	Pembayaran zakat
17	Perubahan PIN

Gambar 2.2
SMS Banking

SMS Banking merupakan Merupakan layanan untuk memberika informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau internet.

4. *Mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang juga dapat diakses langsung melalui ponsel seperti *SMS banking*, hanya saja *mobile banking* memiliki tingkat kecanggihan yang lebih tinggi dari pada *SMS banking*. Menurut Nicoletti (2014:11) menyatakan bahwa *Mobile*

banking adalah layanan yang beroperasi di luar batas-batas infrastruktur tradisional (cabang fisik, ATM, distributor, dan sebagainya) dengan menggunakan perangkat digital bergerak. Fitur unggulan yang ada di mobile banking BSM terdapat berbagai macam transaksi pembayaran, isi ulang pulsa, transfer, informasi finansial, pembayaran zakat, infaq, tagihan PLN, bahkan pembayaran waqaf dan lain-lain. seperti pada tampilan berikut:



Gambar 2.3
M-banking

Keunggulan yang dimiliki mobile banking Bank Syariah Mandiri terdapat pada fitur yang beragam dan biaya yang murah serta dapat bertransaksi dimana saja.

5. *Automated Teller Machine (ATM)*. Ini adalah saluran *digital banking* paling populer. Manfaat menggunakan ATM adalah, dapat melakukan transaksi perbankan tunai maupun non tunai tanpa harus mendatangi kantor cabang dan dapat melakukan

transaksi perbankan tanpa batasan waktu dan tempat, karena layanan ATM online 24 jam kapan saja nasabah dapat menikmatinya (Marliza, 2017). Adapun keunggulan dari aplikasi BSM ATM, yaitu:

- 1) Tanpa batas waktu (kapan saja) nasabah dapat menikmatinya.
- 2) Cakupan yang luas (dimana saja) terdapat BSM ATM sehingga nasabah dengan mudah melakukan transaksi.
- 3) Proses transaksi cepat.
- 4) Murah dan nyaman.
- 5) Aman dan terlindungi.
- 6) Satu akses untuk semua produk.

Manfaat menggunakan ATM adalah, dapat melakukan transaksi perbankan tunai maupun non tunai tanpa harus mendatangi kantor cabang dan dapat melakukan transaksi perbankan tanpa batasan waktu dan tempat, karena layanan ATM online 24 jam kapan saja nasabah dapat menikmatinya (Marliza, 2017).

2.1.3 Manfaat *Digital Banking* N I R Y

Mengutip dari DBS group Indonesia (*Development Bank of Singapore*, 2015) menyatakan bahwa hadirnya *digital banking* menjadi solusi atas urusan perbankan yang cukup menyita waktu. Kini segala hal menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan hanya dari genggaman saja. Adapun manfaat dari *digital banking* antara lain:

1. Meningkatkan mobilitas

Seringkali, kegiatan terganggu untuk mengurus urusan perbankan. Untuk melakukan sebuah transaksi misalnya melakukan pengiriman uang, kita perlu datang ke bank terdekat dan mengisi sejumlah *form* yang perlu diisi dan pastinya menyertakan berbagai dokumen. Belum lagi, antrian panjang yang mengular membuat kita harus menghabiskan waktu lebih lama. Inilah alasan sebagian orang menjadi risih jika harus melakukan transaksi keuangan.

Dengan adanya *digital banking*, melakukan berbagai transaksi tidak harus besusah payah dan mengorbankan waktu yang cukup padat. Berbagai fitur telah dihadirkan ke dalam *digital banking* agar dapat melakukan berbagai transaksi perbankan seperti transfer, mengecek saldo, bahkan melakukan pembayaran hanya dari genggaman *smastphone*, tidak lagi ada waktu yang terbuang untuk pergi ke bank, mobilitas dan kegiatan kini dapat dinikmati sepenuhnya.

2. Memperbesar kesempatan

Dari kebiasaan berbelanja secara tradisional sekarang menjadi *online shopping* yang kini menjadi alasan *digital banking* akan sangat membantu. Misalnya, saat menemukan barang dengan harga bagus namun hanya tersedia dalam jumlah atau waktu yang terbatas. Kini tidak lagi perlu takut kehilangan kesempatan akibat dari rumitnya melakukan transaksi keuangan, *digital banking* dengan fitur transfer dan

pembayaran *online* dapat memberikan kemudahan bagi kita untuk melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja.

3. Sebuah pilihan ramah lingkungan

Selain menghadirkan kemudahan dan kenyamanan, inovasi juga tentunya berusaha untuk memberikan nilai lebih, begitu pun dengan *digital banking*. Perubahan fitur perbankan menuju cara yang digital juga dinilai sebagai pilihan yang ramah lingkungan. Bayangkan banyaknya pelanggan dari sebuah perusahaan perbankan dan berbagai dokumen yang harus mereka sediakan tiap kali bertransaksi. Belum lagi, data internal yang juga harus disimpan, tentu saja akan membutuhkan kertas dalam jumlah yang banyak.

Digital banking memungkinkan semua data disimpan dengan lebih aman secara digital. Kita pun dapat terlibat langsung dengan upaya menyelamatkan lingkungan jika menggunakan *digital banking*. Selain memperoleh manfaatnya, kita pun turut berkontribusi dalam pelestarian lingkungan dengan mengurangi jumlah penggunaan kertas.

4. Mudah dan praktis

Tujuan utama adanya *digital banking* adalah untuk memberikan pengalaman menyenangkan bagi pelanggan. Untuk itu, tentu saja kemudahan dan kepraktisan menjadi hal yang wajib ada. Dengan berbagai fitur yang telah disebutkan sebelumnya, *digital banking* berusaha untuk memberikan kemudahan. Hanya dengan melakukan instal aplikasi di

ponsel, kini dapat melakukan transaksi perbankan dari genggaman tangan. Jadi, siapa pun dan berapa pun usia, *digital banking* siap untuk memberikan pengalaman perbankan yang baik, mudah, cepat, dan pastinya tidak mengganggu aktivitas.

Islam selalu memudahkan umatnya dalam melakukan suatu hal. Maka dari itu terlihat dari perkembangan dunia teknologi yang semakin canggih membuat manusia dapat mudah mengakses segala informasinya. Allah mengungkap, bahwa memang Allah memberikan berbagai kemudahan kepada manusia agar manusia hidup dengan mudah. Maka dari itu penggunaan layanan digital banking untuk memudahkan manusia dalam bertransaksi dan bermuamalah sesuai dengan syariah yang sudah ditentukan dalam firman Allah SWT yaitu Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah [1]: 185).

Dan pada surat Al-A'la ayat 8: **جامعة**

A R - R A N I R Y

نُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَى

Artinya: “ dan Kami akan memberi kamu taufik ke jalan yang mudah”. (Q.S. Al-A'la 9 [87]: 8).

Ayat di atas menunjukkan adanya dukungan Islam terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Terbukti dari sejarahnya ulama-ulama terkemuka pada abad ke-9 dan ke-10 seperti Al-khawarizmi ahli matematika, Abbas Qasim ibnu Firnas

konseptor ahli pesawat terbang, Jabir bin Hayyan sebagai bapak kimia, dan para ulama-ulama lainnya. Teknologi informasi diciptakan dengan tujuan untuk memberikan kemudahan urusan setiap manusia.

Rasulullah SAW bersabda:

(2.1) وَمَنْ يَسَّرَ عَلَيَّ مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

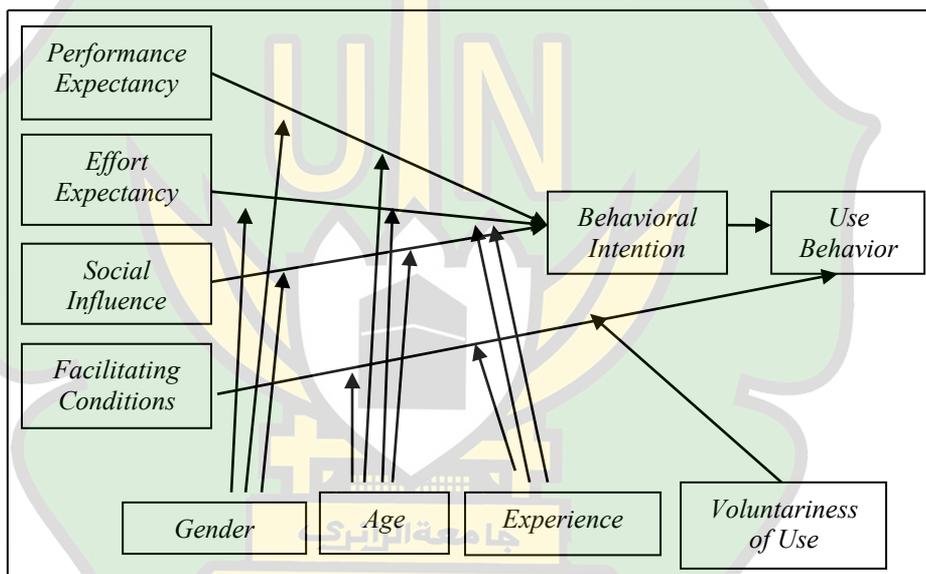
Artinya: “*dan barang siapa memudahkan orang yang tengah dilanda kesulitan, maka Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat*”. (H.R Muslim)

Allah akan memberikan berbagai kemudahan kepada orang yang membantu sesamanya. Maka dari itu OJK terus dukung era digitalisasi Perbankan Syariah. Digitalisasi harus menjadi perhatian penting dalam industri perbankan guna mendorong pertumbuhan perbankan syariah. Deputy Komisioner Pengawas Perbankan I OJK, Mulya Effendi Siregar menilai, agar bank syariah bisa kompetitif dengan perbankan konvensional perlu melakukan pembenahan dalam akses jaringan teknologi informasi (IT) perbankan. Hal tersebut dilakukan guna memudahkan pelayanan kepada nasabah (Yanuar, 2015).

2.2 Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)

Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) adalah sebuah model penerimaan teknologi baru yang diusulkan oleh Venkatesh, Morris, Davis, dan Davis (2003).

Model UTAUT memiliki empat variabel utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*. Disamping itu terdapat empat moderator yakni *gender*, *age*, *experience* dan *voluntariness of use*, yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari variabel-variabel pada *behavioral intention* dan *use behavior*.



Sumber: *User acceptance of information technology MIS Quarterly*
(Venkatesh, 2003)

Gambar 2.4
Model UTAUT

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, bahwa terdapat 8 variabel yang selalu menjadi pengaruh langsung terhadap niat (*intention*) atau terhadap penggunaan (*use*). Dari kedelapan variabel, hanya empat variabel utama yang dianggap mempunyai peran penting

dalam pengaruh-pengaruh langsung terhadap penerimaan pemakai dan perilaku pemakaian. Keempat variabel ini adalah, harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating condition*) (Wiratsoko,2018). Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing variabel:

1. *Performance expectancy*

Didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja. Empat konstruksi dari model yang berbeda yang berhubungan dengan *performance expectancy* adalah *perceived usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT) dan *outcome expectations* (SCT). Indikator variabel adalah:

- a. Persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) menurut Venkatesh, et al. (2003) menjelaskan bahwa persepsi terhadap kegunaan didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.
- b. Kesesuaian pekerjaan (*job fit*) menurut Venkatesh, et al. (2003) menjelaskan bahwa kesesuaian pekerjaan didefinisikan bagaimana kemampuan-kemampuan dari suatu sistem meningkatkan kinerja pekerjaan individual.
- c. Keuntungan relatif (*relative advantage*) menurut Venkatesh, et al. (2003) menjelaskan bahwa keuntungan relatif didefinisikan

sebagai seberapa jauh menggunakan sesuatu inovasi yang dipersepsikan akan lebih baik dibandingkan menggunakan pendahulunya.

- d. Ekspektasi-ekspektasi hasil (*outcome expectations*) menurut Compeau dan Higgins (1991). menjelaskan bahwa ekspektasi-ekspektasi hasil berhubungan dengan konsekuensi-konsekuensi dari perilaku. Davis, F. D. (1989) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja orang tersebut.

2. *Effort expectancy*

Didefinisikan sebagai tingkat kemudahan penggunaan sistem yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaannya (Dzulhaida & Giri, 2015). Tiga konstruksi dari model *effort expectancy* adalah *perceived ease of use* (TAM/TAM2), *complexity* (MPCU) dan *ease of use* (IDT) (Venkatesh, 2003). Indikator variabel adalah sebagai berikut:

- a. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*). Venkatesh (2003) dan Davis (1989) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya.

- b. Kompleksitas (*complexity*) adalah sejauh mana suatu sistem dianggap relatif sulit dipahami dan digunakan (Thompson, Christopher, Higgins & Jane, 1991).
- c. Mudah digunakan (*easy of use*). Moore dan Benbasat (1991) memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi yaitu TI sangat mudah dipahami, fleksibel, keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan TI, dan TI tersebut sangat mudah untuk dioperasikan.

3. *Social influences*

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu yang dipengaruhi oleh orang-orang yang menganggapnya penting untuk menggunakan sistem tersebut. Pengaruh sosial merupakan faktor penentu terhadap tujuan perilaku dalam menggunakan teknologi informasi yang direpresentasikan sebagai norma subyektif dalam TRA, TAM, TPB, faktor sosial dalam MPCU, serta citra dalam teori difusi inovasi (IDT) (Venkatesh, et al., 2003). Indikator variabel adalah sebagai berikut:

- a. Norma subyektif (*subjective norm*) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap orang lain yang akan mempengaruhinya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Ajzen, 1991).
- b. Faktor sosial (*social factor*) adalah persepsi seseorang bahwa banyak orang disekitarnya yang menganggap dirinya penting untuk menggunakan sistem (Thompson, Christopher, Higgins & Jane, 1991).

- c. Status (*image*) adalah Moore dan Benbasat (1991) menyatakan bahwa pada lingkungan tertentu, penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan status atau citra seseorang di dalam sistem sosial.

4. *Facilitating conditions*

Didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa penggunaan sistem dapat memfasilitasi infrastruktur organisasi dan teknis yang ada (Wiratsoko, 2018). Definisi ini menangkap konsep yang diwujudkan oleh tiga konstruksi yang berbeda, yaitu: *perceived behavioral control* (TPB/ DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU) dan *compatibility* (IDT) (Venkatesh et al., 2003).

- a. Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) adalah persepsi seseorang terhadap kemudahan atau kesulitan dalam berperilaku yang meliputi keberhasilan diri, membantu kondisi pendukung, dan kondisi fasilitasi teknologi (Ajzen, 1991).
- b. Kondisi-kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) adalah faktor-faktor pada lingkungan yang diobservasi disetujui sebagai hal yang memudahkan sesuatu untuk dilakukan (Thompson, Christopher, Higgins & Jane, 1991).
- c. Kompatibilitas (*compatibility*) adalah tingkatan dimana sebuah inovasi yang dirasa konsisten dengan nilai yang telah ada, kebutuhan dan pengalaman sebelumnya (Moore & Benbasat, 1991).

Tujuan utama penelitian menggunakan UTAUT adalah untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* dengan menggunakan variabel yang ada pada model UTAUT.

2.3 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode dan Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.		Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan <i>E – Money</i> Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2</i> (UTAUT 2)	Metode kuantitatif, faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku masyarakat untuk menggunakan layanan <i>e-money</i> yaitu variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i> , <i>Effort expectancy (EE)</i> , <i>Social Influence (SI)</i> , <i>Perceived Trust (PT)</i> . Namun variabel <i>Perceived Risk (PR)</i> menjadi faktor yang berpengaruh paling kecil atau lemah.	Menggunakan model UTAUT, tetapi yang UTAUT ke 2, metode kuantitatif dengan pengukuran <i>skala likert</i>	Subjek yang diteliti masyarakat, meneliti tentang layanan <i>e-money</i> , teknik analisis data dengan PLS-SEM (<i>Partial Least Squares Structural Equation Modelling</i>) menggunakan software komputer WarpPLS 4.0
2.	Trie Handayani dan Sudiana (2015)	Analisis Penerapan Model UTAUT (<i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i>)	Metode kuantitatif berdasarkan analisis, diketahui bahwa variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i> , <i>Social Influence (SI)</i> dan <i>Facilitating Condition (FC)</i>	Menggunakan metode kuantitatif, menggunakan Model UTAUT (<i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of</i>	Yang diteliti adalah penerimaan dan penggunaan website KKN LPPM, dan teknik pengambilan

Tabel 2.1 Penelitian Terkait (Sambungan)

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode dan Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta)	berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> , sedangkan variabel <i>Effort Expectancy (EE)</i> memberikan hasil yang tidak signifikan. Secara keseluruhan keempat redictor tersebut hanya mampu menjelaskan pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i> sebesar 37,6%.	<i>Technology</i> , skala pengukuran yang digunakan adalah <i>skala likert</i> . Menggunakan SPSS	sampel yang berbeda
3.	Laidi Subardi (2018)	Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Di Bank Sumse I Babel Cabang Prabumulih	Metode kuantitatif, berdasarkan analisis diketahui bahwa Pengaruh variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepercayaan Konsumen, variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan layanan digital banking	Menggunakan metode kuantitatif, Subjek yang diteliti nasabah, objek yang diteliti sama yaitu digital banking, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert.	Metode kuantitatif, berdasarkan analisis diketahui bahwa Pengaruh variabel Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Kepercayaan Konsumen, variabel Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan layanan digital banking

Tabel 2.1 Penelitian Terkait (Sambungan)

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode dan Hasil	Persamaan	Perbedaan
4.	Ary Muthia (2017)	Analisis Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan	Metode kuantitatif, bahwa masyarakat di Kecamatan Medan Johor memahami penggunaan layanan digital perbankan dengan tingkat rata-rata pemahaman sebesar 78,75%. Masyarakat di Kecamatan Medan Johor masih memanfaatkan ATM untuk transaksi. Namun dengan perkembangan teknologi masyarakat Kecamatan Medan Johor mulai mengetahui dan memanfaatkan layanan digital perbankan selain ATM, bisa dilihat pada penggunaan <i>internet banking</i> sebesar 25%	Menggunakan metode kuantitatif, objek yang diteliti sama yaitu digital banking, dengan teknik pengambilan <i>accidental sampling</i> , pengukuran dengan <i>skala likert</i>	Tidak menggunakan model UTAUT, yang diukur tingkat pemahaman masyarakat terhadap perbankan digital.
5.	Wulan Pinontoan (2013)	Pengaruh <i>E-Banking</i> , Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan	Metode kuantitatif, berdasarkan analisis maka <i>E-banking</i> , kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas	Menggunakan metode kuantitatif, Subjek yang diteliti nasabah, objek yang diteliti yaitu <i>E-banking</i> .	Teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> , dan pengukurannya tidak menggunakan model UTAUT

Tabel 2.1 Penelitian Terkait (Sambungan)

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode dan Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado	nasabah. 2. pengujian secara parsial maka di dapatkan hasil bahwa variabel <i>E-banking</i> , kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas. 3. Hubungan antara loyalitas nasabah dengan <i>E-banking</i> , kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan kepercayaan sangat erat. pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,652 atau 65,2%	skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert	sebagai indikator yang diukur

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat dilihat bahwa secara umum terdapat persamaan dalam hal pengambilan variabel independen yang diteliti yaitu persepsi kemudahan penggunaan, *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SI)* dan *Facilitating Condition (FC)* dan sebagian penelitian sebelumnya juga meneliti layanan *digital banking*. Adapun yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu meneliti tentang pengaruh dan analisis sedangkan penelitian ini berfokus kepada faktor-faktor yang

mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* dengan menggunakan model UTAUT pada Bank Syariah Mandiri. Perbedaan lainnya terletak pada jumlah variabel independen, dan juga variabel dependen. Selain itu, objek dalam penelitian ini berlokasi di Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh di mana terdapat perbedaan karakter nasabah dengan penelitian terdahulu.

2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Hubungan *Performance Expectancy* dengan Penggunaan Layanan *Digital Banking*

Harapan kinerja (*Performance Expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu dia memperoleh keuntungan dalam kinerja (Venkatesh et al, 2003). Harapan kinerja berhubungan dengan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) pada TAM, sejauh individu percaya sistem akan membantu mereka melakukan pekerjaan mereka lebih baik (Oye et al., 2014). Pada dasarnya *digital banking* bertujuan untuk memberikan kemudahan akses dan *service* bagi nasabah. Semakin tinggi tingkatan seseorang percaya menggunakan sistem akan membantunya mendapatkan kinerja yang lebih baik (Venkatesh et al, 2003), bahwa dianggap harapan kinerja individu tersebut memiliki persepsi yang baik terhadap sistem layanan *digital banking*. Hal ini menunjukkan adanya peluang individu berkeinginan untuk menggunakan sistem layanan *digital banking*. Maka dari itu, harapan kinerja dapat

mempengaruhi nasabah dalam menggunakan sistem layanan *digital banking*.

2.4.2 Hubungan *Effort Expectancy* dengan Penggunaan Layanan *Digital Banking*

Harapan usaha (*Effort Expectancy*) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam penggunaan sistem (Venkatesh et al, 2003). Venkatesh dan Davis (2000) mengatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja dengan menggunakannya. Seorang individu yang memiliki tingkat harapan usaha yang tinggi dianggap memiliki persepsi yang baik terhadap sistem Venkatesh et al (2003). Wiratsoko (2018) menjelaskan bahwa adanya hubungan harapan usaha dengan layanan *digital banking*. Hal ini menunjukkan adanya peluang nasabah berkeinginan untuk menggunakan sistem layanan *digital banking*. Maka dari itu, harapan usaha dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan sistem layanan *digital banking*.

2.4.3 Hubungan *Social Influence* dengan Penggunaan Layanan *Digital Banking*

Pengaruh sosial (*Social Influence*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa orang lain yang dianggap penting percaya bahwa dia harus menggunakan sistem yang baru.

Seseorang yang terpengaruh oleh lingkungan sosialnya dianggap cenderung mengikuti persepsi yang ada di lingkungannya (Venkatesh et al, 2003). Dzulhaida dan Giri (2015) menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia cenderung memiliki kebiasaan apabila akan mengadopsi suatu sistem maka dia akan dipengaruhi oleh pengaruh sosial atau manfaat yang akan didapatkan apabila menggunakan sistem tersebut seperti halnya layanan *digital banking*. Seseorang yang memiliki tingkat pengaruh sosial yang tinggi dianggap memiliki persepsi yang baik terhadap sistem. Hal ini menunjukkan adanya peluang nasabah berkeinginan untuk menggunakan sistem layanan *digital banking*. Maka dari itu, harapan usaha dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan sistem layanan *digital banking*.

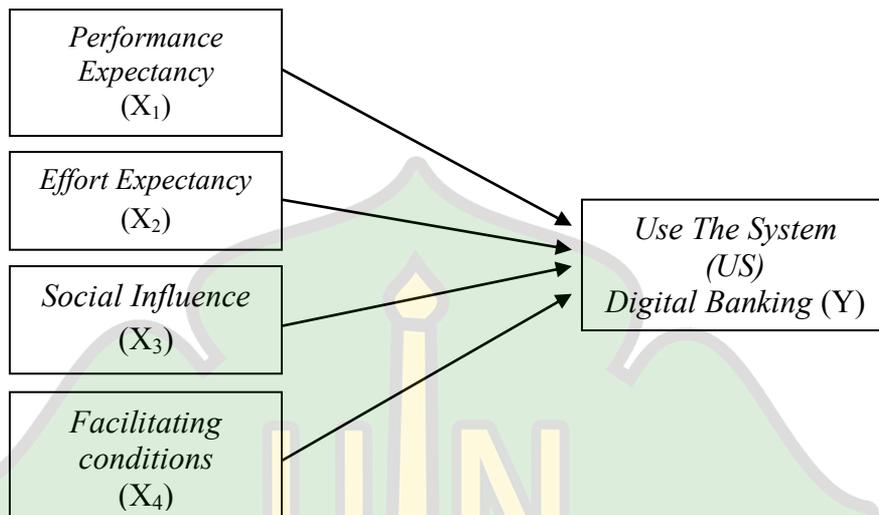
2.4.4 Hubungan *Facilitating Conditions* dengan Penggunaan Layanan *Digital Banking*

Kondisi fasilitas didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa infrastruktur dan fasilitas ada untuk mendukung keinginan individu mengadopsi teknologi. Tingkat kepercayaan tersebut dapat dikatakan sebagai besaran persepsi seseorang terhadap fasilitas yang mendukung keinginan individu mengadopsi teknologi. Sehingga persepsi individu tersebut sangat dipengaruhi oleh seberapa baik fasilitas yang ada (Venkatesh et al, 2003). Sedana & Wijaya (2009), menjelaskan bahwa adanya hubungan *Facilitating conditions* terhadap penggunaan sistem.

Seorang pengguna yang memiliki tingkat kondisi fasilitas yang tinggi dianggap memiliki persepsi yang baik terhadap sistem. Hal ini menunjukkan semakin tinggi peluang nasabah berkeinginan menggunakan sistem *digital banking*. Maka dari itu, kondisi fasilitas dapat mempengaruhi keinginan seorang pengguna untuk menggunakan sistem layanan *digital banking*.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran terdapat empat faktor penentu yang bertindak sebagai variabel independen yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi memfasilitasi (*Facilitating conditions*) yang terhubung pada menggunakan sistem (*Use The System*). Dalam penelitian ini tanpa menggunakan moderator *gender*, *age*, *experience* dan *voluntariness of use*. Seperti pada penelitian Dzulhaida & Giri (2015), Sedana & Wijaya (2009) mengatakan bahwa untuk menyesuaikan dengan situasi dan kondisi lingkungan penelitian, maka penelitiannya tidak menggunakan variabel moderator., Handayani & Sudiana (2015) dan pada penelitian Wiratsoko (2018) menjelaskan bahwa moderator pada model UTAUT yang digunakan adalah moderator umur, karena umur cenderung berpengaruh terhadap peningkatan pengaruh dari variabel lain. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi acuan pada penelitian ini bahwa tidak menggunakan variabel moderator.



Gambar 2.5
Kerangka Berpikir

2.6 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dimana jawaban tersebut diperoleh dari teori yang kemudian akan diteliti kebenarannya melalui penelitian selanjutnya dengan melakukan analisis dan pengumpulan data. Berdasarkan landasan teori yang sudah ada, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang telah digambarkan pada poin sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hipotesis 1: Harapan kinerja (*performance expectancy*) memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking (to use the system)*.

Hipotesis 2: Harapan usaha (*effort expectancy*) memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking (to use the system)*.

Hipotesis 3: Pengaruh sosial (*social influence*) memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking (to use the system)*.

Hipotesis 4: Kondisi memfasilitasi (*facilitating conditions*) memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking (to use the system)*.

Hipotesis 5: Harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), Kondisi memfasilitasi (*facilitating conditions*) memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking (to use the system)*.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam layanan *digital banking* pada Bank Mandiri Syariah cabang Banda Aceh. Maka penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian membangun suatu teori yang bertujuan untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2011: 6). Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Setelah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah, kemudian dijabarkan pengaruhnya dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian. Dengan penelitian ini, peneliti memerlukan bantuan program *software spreadsheet* seperti *Microsoft excel* dan program statistik seperti *Statistical Package for Social Sciency* (SPSS). Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* akan dideskripsikan untuk menggambarkan dan menganalisis suatu hasil penelitian.

3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu: data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer berupa data yang diperoleh langsung melalui kuisisioner yang dibagikan kepada responden yaitu nasabah yang menggunakan layanan *digital banking* pada Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh (Bungin, 2005:132).

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 117). Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah menggunakan layanan *digital banking* PT Bank Mandiri Syariah Cabang Aceh. Sampel adalah mengambil sebagian populasi sebagai subjek kajian untuk diteliti. Metode pengambilan Sampel dalam penelitian ini menggunakan penentuan jumlah sampel dengan menggunakan *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011: 122). Dengan teknik pengumpulan sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang

kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Kriteria sampel yang diambil adalah nasabah yang menggunakan layanan *digital banking* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan. Menurut Hermawan (2005: 107) untuk menentukan ukuran sampel penelitian dilakukan dengan aturan umum (*rule of thumb*) yaitu 5-10 kali jumlah variabel yang diteliti. Aturan umum (*rule of thumb*) untuk menentukan ukuran sampel, yaitu:

- 1) Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian;
- 2) Jika sampel dipecah ke dalam sub sample (pria/wanita). Ukuran sampel minimum untuk tiap kategori adalah tepat;
- 3) Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis linier berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel/indikator dalam penelitian; dan
- 4) Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan penjelasan teori di atas, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *multivariate* (analisis regresi linier berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali atau lebih besar dari jumlah variabel/indikator dalam penelitian (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006: 4). Jumlah variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu sebanyak 5 variabel. Berdasarkan aturan umum (*rule of thumb*) maka ukuran sampel yang diperoleh adalah:

$$n = 10 \times \text{Variabel}$$

$$n = 10 \times 5$$

$$n = 50$$

Berdasarkan rumus diatas maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 sampel.

3.4 Variabel Penelitian

Pengukuran variabel dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu:

3.4.1 Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus atau rediktor bahasa indonesia (Sugiyono, 2011: 61). Dalam penelitian ini variabel independen adalah yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi memfasilitasi (*facilitating conditions*) dengan masing-masing indikator.

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel ini disebut sebagai variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau variabel akibat yang disebabkan oleh variabel bebas sebagai variabel penyebab (Sugiyono, 2011: 61). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penggunaan layanan *digital banking* (Y) yang dipengaruhi semua variabel X. Berdasarkan penjelasan dari variabel independen dan variabel

dependen maka dapat dioperasionalkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

1.	Variabel	Indikator
	Harapan kinerja (<i>performance expectancy</i>) (X_1)	Persepsi terhadap kegunaan (<i>perceived usefulness</i>) Kesesuaian pekerjaan (<i>job fit</i>) Keuntungan relatif (<i>relative advantage</i>) Ekspektasi-ekspektasi hasil (<i>outcome expectations</i>)
2	Variabel	Indikator
	Harapan usaha (<i>effort expectancy</i>) (X_2)	kemudahan penggunaan (<i>perceived easy of use</i>) Kompleksitas (<i>complexity</i>)
3	Variabel	Indikator
	Pengaruh sosial (<i>social influence</i>) (X_3)	Norma subyektif (<i>subjective norm</i>) Faktor sosial (<i>social factor</i>) Status (<i>image</i>)
4.	Variabel	Indikator
	Kondisi memfasilitasi (<i>facilitating conditions</i>) (X_4)	Kontrol perilaku persepsian (<i>perceived behavioral control</i>) Kondisi-kondisi yang memfasilitasi (<i>facilitating conditions</i>)

Tabel 3.1 (Sambungan)

Variabel	Indikator
	Kompatibilitas (<i>compatibility</i>)
Variabel	Meliputi
5. Penggunaan layanan <i>digital banking (to use the system)</i> (Y)	Untuk transaksi sehari-hari Preferensi penggunaan Mempengaruhi lingkungan sekitar untuk menggunakan layanan <i>digital banking</i>

Sumber: Telah diolah kembali (2018).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data yang dimaksud, teknik yang digunakan adalah teknik lapangan (*field research*). Teknik tersebut dilakukan dengan:

1. Kuisioner / angket

Kuisioner adalah bentuk metode pengumpulan data menggunakan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis yang harus diisi oleh responden sesuai dengan panduan pengisian yang telah ditetapkan peneliti (Sugiono, 2011: 199). Responden pada penelitian ini adalah nasabah yang telah terdaftar menggunakan layanan *digital banking* pada Bank Mandiri Syariah cabang Banda Aceh.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari penyebaran kuisioner berupa kepada responden. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sosial Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur diuraikan menjadi indikator variable, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2011:134). Berikut susunannya:

- 1) Sangat setuju (SS), diberikan kode angka 5
- 2) Setuju (S), diberikan kode angka 4
- 3) Kurang setuju (KS), diberikan kode angka 3
- 4) Tidak setuju (TS), diberikan kode angka 2
- 5) Sangat tidak setuju (STS), diberikan kode angka 1.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) sangat diperlukan dalam sebuah penelitian, maka uji coba ini dimaksudkan untuk mengetahui hal tersebut. Uji validitas dan uji reliabilitas angket/kuisioner diperlukan untuk memastikan bahwa angket tersebut valid dan dapat diandalkan untuk penelitian selanjutnya.

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah tes dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Untuk mengetahui kelayakan butir-butir suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel digunakan uji validitas. Dalam pertanyaan ini umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu, dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana jika r tabel $< r$ hitung maka valid (Ghozali, 2012: 52).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi variabel penelitian. Mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,60 ($\text{Alpha} > 0,60$) (Ghozali, 2012: 47).

3.8 Uji Asumsi Klasik - R A N I R Y

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel memiliki distribusi yang normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini salah maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi

normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2012: 105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2012:139).

3.8.4 Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Hasil dari uji linieritas ini adalah informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Dalam pengujian ini menggunakan bantuan SPSS dengan melihat nilai signifikansi pada tabel ANOVA, yaitu dikatakan linier apabila signifikansinya $> 0,05$ atau 5% (Nurgiyantoro, 2012: 296).

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dianalisis secara kuantitatif (angka-angka) yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dibantu dengan program pengolah data SPSS 21.0 dan Microsoft Excel. Regresi linier berganda adalah regresi linier dimana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X) (Umar, 2011: 126). Analisis ini bermaksud mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen. Rumus regresi linear berganda berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \quad (3.1)$$

Keterangan:

Y : Penggunaan layanan *digital banking*

a : Konstanta

X₁ : Skor dimensi variabel kesatu

X₂ : Skor dimensi variabel kedua

X_3	: Skor dimensi variabel ketiga
X_4	: Skor dimensi variabel keempat
b_1, b_2, b_3, b_4	: Koefisien regresi parsial
e	: Hambatan

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu langkah untuk melakukan pengujian terhadap suatu keputusan yang belum pasti kebenarannya apakah ditolak atau diterima keputusan tersebut. Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, mengandung risiko karena jawaban sebenarnya bisa benar bisa salah. H_0 (hipotesis nihil) : $\gamma_1 = 0$; artinya tidak terdapat pengaruh positif antara variabel independen terhadap variabel dependen. H_a (hipotesis alternatif) : $\gamma_1 \neq 0$; artinya terdapat pengaruh positif antara variabel independen terhadap variabel dependen. (Umar, 2011: 104). Untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis pengujian hipotesis parsial (Uji t), pengujian secara bersama-sama (Uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2).

3.10.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Teknik ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi

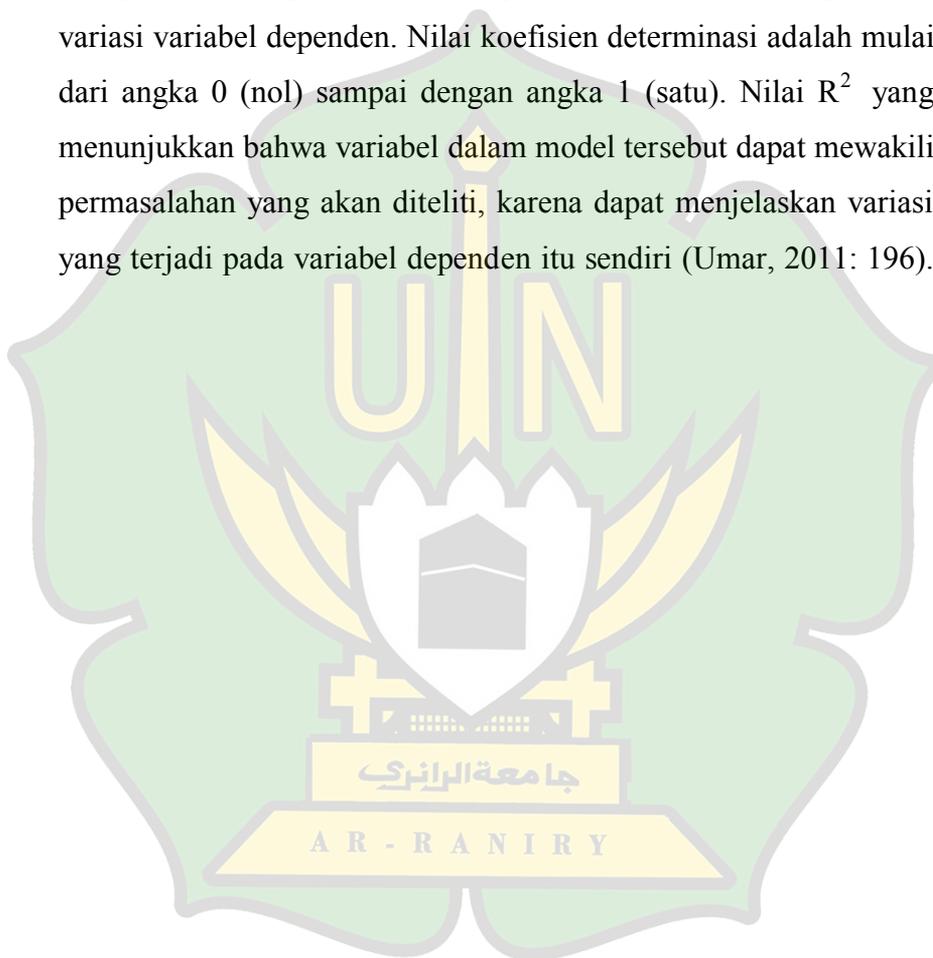
memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t tabel, jika t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan variabel Xn berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, begitu pula sebaliknya (Umar, 2011: 194).

3.10.2 Pengujian Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian secara simultan (bersama-sama) untuk mengetahui pengaruh antar masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi memfasilitasi (*Facilitating conditions*) terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel, jika F hitung > F tabel maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, atau dengan melihat nilai signifikansi pada tabel uji t, jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan variabel Xn berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y, begitu pula sebaliknya (Umar, 2011: 193).

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) yaitu digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari angka 0 (nol) sampai dengan angka 1 (satu). Nilai R^2 yang menunjukkan bahwa variabel dalam model tersebut dapat mewakili permasalahan yang akan diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen itu sendiri (Umar, 2011: 196).



BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

Deskripsi data responden yang akan dijelaskan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang telah dilakukan di lapangan. Sampel dalam penelitian ini sebesar 50 orang responden. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner untuk mengambil data pada nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Banda Aceh telah menggunakan layanan *digital banking* atau yang sedang menggunakan layanan *digital banking*. Berikut ini deskripsi dari responden menurut karakteristiknya.

Tabel 4.1
Deskripsi Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	20	40%
2.	Perempuan	30	60%
	Total	50	100%

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	<20 tahun	2	4%
2.	20-30 tahun	32	64%
3.	30-40 tahun	12	24%
4.	>40 tahun	4	8%
	Total	50	100%

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	IRT	2	4%
2.	Mahasiswa	10	20%
3.	Pegawai/Karyawan	9	18%
4.	PNS	8	16%

Tabel 4.1 (Sambungan)

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
5.	Wiraswasta	21	42%
	Total	50	100%
No	Layanan yang sering digunakan	Jumlah	Persentase
1.	ATM	4	8%
2.	I-banking	5	10%
3.	M-banking	18	36%
4.	SMS banking	6	12%
5.	I-banking & M-banking	8	16%
6.	I-banking & SMS banking	2	4%
7.	I-banking, M-banking & SMS banking	1	2%
8.	M-banking & SMS banking	6	12%
	Total	50	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki yaitu sebanyak 20 orang (40%) sedangkan responden perempuan lebih dominan yaitu sebanyak 30 orang (60%).

Umur nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 20-30 tahun yaitu sebanyak 32 orang (64%), sedangkan responden yang paling sedikit berusia <20 tahun yaitu sebanyak 2 orang (4%).

Pekerjaan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa responden memiliki pekerjaan sebagai IRT yang berjumlah

2 orang (4%), sedangkan yang terbanyak bekerja sebagai wiraswasta yang berjumlah 21 orang (42%).

Layanan yang sering digunakan oleh nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa layanan yang paling banyak digunakan oleh mayoritas responden adalah *m-banking* sebanyak 18 orang (36%), sedangkan responden yang menggunakan tiga layanan sekaligus, yaitu *I-banking*, *M-banking* & *SMS banking* hanya 1 orang (2%).

4.2 Uji Validitas dan Reabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir-butir pertanyaan yang telah disusun dalam kuisioner penelitian. Setelah dilakukan penyebaran angket pada 50 responden dengan butir pertanyaan sebanyak 38 pernyataan, maka hasil diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	r tabel df (N-2)= 50-2 = 48	Pearson Correlation	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>			
PE 1	0,2787	0,5674	Valid
PE 2	0,2787	0,6403	Valid
PE 3	0,2787	0,7368	Valid
PE 4	0,2787	0,6278	Valid
PE 5	0,2787	0,6119	Valid

Tabel 4.2 (Sambungan)

Variabel	r tabel df (N-2)= 50-2 = 48	Pearson Correlation	Keterangan
PE 6	0,2787	0,2794	Valid
PE 7	0,2787	0,7730	Valid
PE 8	0,2787	0,7635	Valid
PE 9	0,2787	0,7996	Valid
PE 10	0,2787	0,7267	Valid
PE 11	0,2787	0,7512	Valid
PE 12	0,2787	0,7680	Valid
<i>Effort Expectancy</i>			
EE 1	0,2787	0,7120	Valid
EE 2	0,2787	0,7046	Valid
EE 3	0,2787	0,6949	Valid
EE 4	0,2787	0,6844	Valid
EE 5	0,2787	0,3194	Valid
EE 6	0,2787	0,4189	Valid
EE 7	0,2787	0,3512	Valid
EE 8	0,2787	0,4489	Valid
EE 9	0,2787	0,6345	Valid
EE 10	0,2787	0,6129	Valid
<i>Social Influence</i>			
SI 1	0,2787	0,7947	Valid
SI 2	0,2787	0,7475	Valid
SI 3	0,2787	0,6731	Valid
SI 4	0,2787	0,6832	Valid
SI 5	0,2787	0,4787	Valid
SI 6	0,2787	0,7396	Valid
SI 7	0,2787	0,8025	Valid
<i>Facilitating Conditions</i>			
FC 1	0,2787	0,8452	Valid
FC 2	0,2787	0,6950	Valid
FC 3	0,2787	0,7912	Valid

Tabel 4.2 (Sambungan)

Variabel	r tabel df (N-2) = 50-2= 48	Pearson Correlation	Keterangan
FC 4	0,2787	0,5943	Valid
Digital Banking			
DB 1	0,2787	0,8109	Valid
DB 2	0,2787	0,8178	Valid
DB 3	0,2787	0,8493	Valid
DB 4	0,2787	0,7549	Valid

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam instrumen adalah valid, dengan dibuktikan r hitung lebih besar dari r tabel. Valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat pada perbandingan r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Jika r hitung > r tabel maka pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan valid, begitu pula sebaliknya.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Dalam hal ini pengujian instrumen menggunakan SPSS versi 21.0 yang dapat mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,60 (*Alpha* > 0,60) dan jika koefisien *Cronbach Alpha* yang < 0,60 maka instrumen tersebut dapat dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Performance Expectancy</i>	12	0,883	Reliabel
<i>Effort Expectancy</i>	10	0,759	Reliabel
<i>Social Influence</i>	7	0,825	Reliabel
<i>Facilitating Conditions</i>	4	0,692	Reliabel
<i>Digital Banking</i>	4	0,806	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel karena hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada 0,6 artinya bahwa instrumen tersebut dapat dikatakan handal untuk penelitian selanjutnya yang akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel memiliki distribusi yang normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$.

Tabel 4.4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,39777384
Most Extreme Differences	Absolute	,131
	Positive	,131
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,926
Asymp. Sig. (2-tailed)		,358

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada uji *kolmogrov smirnov* adalah 0,358 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi secara normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

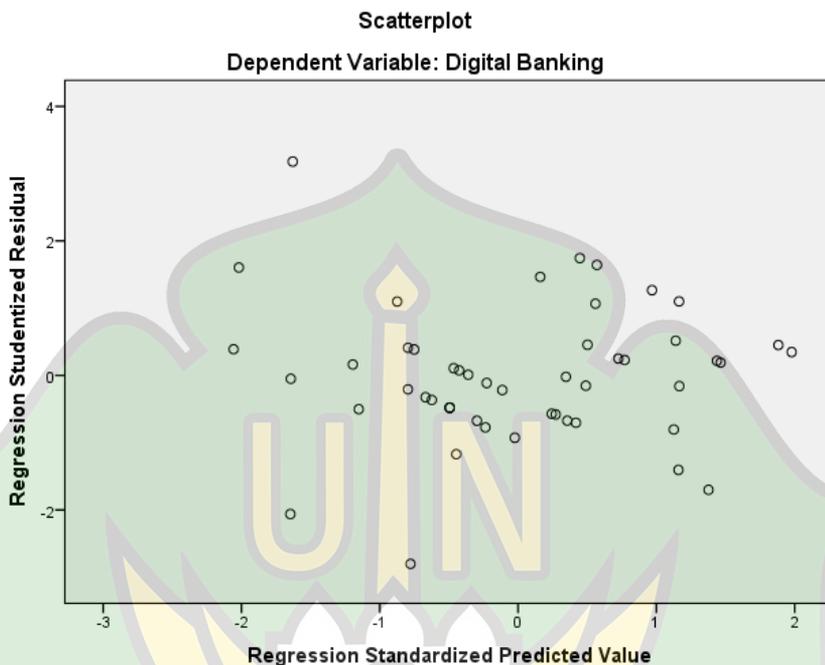
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Performance Expectancy	,622	1,609
Effort Expectancy	,621	1,611
Social Influence	,614	1,630
Facilitating conditions	,630	1,586

a. Dependent Variable: Digital Banking

Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas. Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai *tolerance value* yang lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan *multikolinieritas* antar variabel independen.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2012: 139). Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.



Sumber: Data primer diolah (2019)

Gambar 4.1
Scatterplot

Dari grafik *scatterplot* di atas terlihat bahwa penyebaran data pada *scatterplot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu), titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja akan tetapi menyebar di sekitaran angka 0, maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem *heteroskedastisitas*. Sehingga model regresi layak dipakai untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.

4.3.4 Uji Linieritas

Tabel 4.6
Uji Linieritas

Tabel ANOVA

	DF	sig	Keterangan
Digital Banking* Deviation from Linearity Performance Expectancy	0,05	0,368	Memiliki pengaruh linieritas
Digital Banking* Deviation from Linearity Effort Expectancy	0,05	0,449	Memiliki pengaruh linieritas
Digital Banking* Deviation from Linearity Social Influence	0,05	0,922	Memiliki pengaruh linieritas
Digital Banking* Deviation from Linearity Facilitating conditions	0,05	0,080	Memiliki pengaruh linieritas

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa masing-masing nilai sig lebih besar dari 0,05 maka semua variabel independen memiliki pengaruh yang linieritas terhadap variabel dependen (*digital banking*).

4.4 Hasil Regresi Linear Berganda

Pengujian pengaruh variabel X terhadap Y baik secara bersama-sama maupun secara parsial menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciency*) 21.0, maka hasil regresi pengaruh

masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara rinci dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Hasil Regresi Pengaruh Variabel Independen terhadap
Variabel Dependen

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	,942	,589			1,600	,117
1 Performance expectancy	,387	,143	,399		2,700	,010
Effort expectancy	,412	,194	,315		2,125	,039
Social influence	,203	,116	,244		1,956	,076
Facilitating conditions	,037	,098	,051		,375	,710

a. Dependent Variable: Digital banking.

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 4.7, maka diperoleh persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,942 + 0,387X_1 + 0,412X_2 + 0,203X_3 + 0,037X_4 + e \quad (4.1)$$

Dari persamaan regresi dapat dilihat bahwa

1. Nilai Koefisien regresi *performance expectancy* sebesar 0,387 yang berarti jika setiap kenaikan 1% maka penggunaan layanan *digital banking* meningkat sebesar 38,7% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Hal ini berarti *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *digital banking*.

2. Nilai Koefisien regresi *effort expectancy* sebesar 0,412 yang berarti jika setiap kenaikan 1% maka penggunaan layanan *digital banking* meningkat sebesar 41,2% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Hal ini berarti *effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *digital banking*.
3. Nilai Koefisien regresi *social influence* sebesar 0,203 yang berarti jika setiap kenaikan 1% maka penggunaan layanan *digital banking* meningkat sebesar 20,3% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Hal ini berarti *social influence* berpengaruh positif terhadap *digital banking*.
4. Nilai Koefisien regresi *facilitating conditions* sebesar 0,037 yang berarti jika setiap kenaikan 1% maka penggunaan layanan *digital banking* meningkat sebesar 37% dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Hal ini berarti *facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *digital banking*.
5. Dan jika variabel independen dalam kondisi tetap atau tidak mempengaruhi variabel dependen atau sama dengan 0 maka nilai konstanta sebesar 0,942.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Pengujian secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial dilakukan guna mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang terlihat pada tabel 4.7.

4.5.1.1 Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Digital Banking*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa *performance expectancy* (harapan usaha) diperoleh nilai t hitung sebesar $2,700 > t$ tabel 2.014 dengan nilai signifikannya sebesar $0,010 < 0,05$ yang artinya *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking*. Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan demikian dapat dikatakan bahwa *performance expectancy* berpengaruh terhadap *digital banking*. faktor ini menjadi faktor yang paling berpengaruh diantara faktor-faktor yang lain. Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini nasabah merasa bahwa penggunaan layanan *digital* dapat membantu mereka untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja.

4.5.1.2 Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Digital Banking*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa *effort expectancy* (harapan usaha) diperoleh nilai t hitung sebesar $2,125 > t$ tabel 2.014 dengan nilai signifikannya $0,39 < 0,05$ yang artinya *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking*. Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan demikian dapat dikatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh terhadap *digital banking*. faktor ini menjadi faktor yang kedua berpengaruh setelah faktor *performance expectancy*.

4.5.1.3 Pengaruh *Social Influence* terhadap *Digital Banking*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa *social influence* (pengaruh sosial) diperoleh nilai t hitung sebesar $1,956 < t$ tabel 2.014 dengan nilai signifikannya $0,076 > 0,05$ yang artinya *social influence* berpengaruh tetapi signifikan terhadap *digital banking*. Maka dapat disimpulkan H_a ditolak dan H_0 diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa *social influence* berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap *digital banking*. Dalam hal ini dapat dikatakan pengaruh *social influence* terhadap *digital banking* lemah.

4.5.1.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Digital Banking*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa *facilitating conditions* (kondisi memfasilitasi) diperoleh nilai t hitung sebesar $0,375 < t$ tabel 2.014 dengan nilai signifikannya $0,710 > 0,05$ yang artinya *facilitating conditions* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *digital banking*. Maka dapat disimpulkan H_a ditolak dan H_0 diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *digital banking*.

4.5.2 Hasil Pengujian secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk melihat apakah variabel independen yang dimasukkan dalam suatu model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel

dependen. Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,503	4	,876	9,377	,000 ^b
Residual	4,202	45	,093		
Total	7,705	49			

a. Dependent Variable: Digital banking.

b. Predictors: (Constant), Facilitating conditions, Performance expectancy, Social influence, Effort expectancy

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar $9,377 > F$ tabel 2.58 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *digital banking*. Selain menggunakan uji F, dapat juga dilihat dari uji R² untuk menguji pengaruh keseluruhan variabel X terhadap variabel Y.

Dalam pengujian secara bersama-sama ini dapat juga dilihat dari nilai koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R Square). Nilai R menunjukkan besarnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti

bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila nilai R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila nilai R^2 semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiono, 2011: 61). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *R Square* pada Tabel 4.8

Tabel 4.9
Nilai Koefisien dan Determinasi Variabel Independen terhadap
Variabel Dependen
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,674 ^a	,455	,406	,30559

a. Predictors: (Constant), Facilitating conditions, Performance expectancy, Social influence, Effort expectancy

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai R diperoleh sebesar 0,674 yang menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variabel dependen Y dengan variabel Independen X adalah sebesar 67,4%. Kemudian, nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,455. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa 45% variasi nilai *digital banking* yang dapat dijelaskan oleh variabel *performance expectanc*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, sisanya sebesar 55% dijelaskan oleh variabel lain.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 Pengaruh *Performance Expectancy* dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking*

Berdasarkan pengujian hipotesis yang pertama diketahui bahwa H_a yang diajukan dapat diterima. Nilai-nilai yang disajikan pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa semua koefisien regresi variabel X_1 bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa *performance expectancy* (harapan kinerja) yang menaikkan penggunaan layanan *digital banking* sebesar 38,7 % setiap kenaikan 1%. Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel X_1 (*performance expectancy*) memberikan pengaruh positif paling besar terhadap *digital banking* dengan nilai signifikan $0,010 < 0,05$ yang artinya *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking*.

Hasil penelitian pengaruh *performance expectancy* terhadap *digital banking* sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Venkatesh et al. (2003). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harapan kinerja (HK) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keinginan menggunakan sistem (BIUS). Hasil ini juga didukung oleh penelitian Yu (2012), Wiratsoko (2018) dan Prasetyo (2017) yang menemukan adanya pengaruh yang kuat dan signifikan antara harapan kinerja terhadap keinginan seseorang dalam menggunakan sistem. Berdasarkan hasil jawaban responden dalam penelitian ini nasabah merasa bahwa penggunaan layanan *digital* dapat membantu mereka untuk mencapai keuntungan dalam meningkatkan kinerja.

4.6.2 Pengaruh *Effort Expectancy* dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking*

Berdasarkan pengujian hipotesis yang kedua diketahui bahwa H_a yang diajukan diterima. Nilai-nilai yang disajikan pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa semua koefisien regresi variabel X2 bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa *effort expectancy* (harapan usaha) yang menaikkan penggunaan layanan *digital banking* sebesar 41,2% setiap kenaikan 1%. Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel X2 (*effort expectancy*) memberikan pengaruh positif terhadap *digital banking*. Jika dilihat dari tingkat signifikannya $0,039 > 0,05$ yang artinya *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang ditemukan oleh Venkatesh et al. (2003). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *effort expectancy* (harapan usaha) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap keinginan menggunakan sistem. Dzulhaida & Giri (2015) juga menunjukkan bahwa karakteristik masyarakat Indonesia cenderung memiliki kebiasaan apabila akan mengadopsi suatu sistem maka dia akan dipengaruhi oleh harapan terhadap kinerja atau manfaat yang akan didapatkan apabila menggunakan sistem tersebut seperti halnya *e-money*. Berbeda dengan penelitian Yu (2012) yang menemukan pengaruh yang lemah dan tidak signifikan *effort expectancy* terhadap keinginan seseorang menggunakan sistem, di bidang *mobile banking*. Dalam penelitian Handayani dan Sudiana (2015) juga menemukan

pengaruh yang lemah dalam hal penggunaan teknologi informasi. Dalam hal *internet banking* penelitian

4.6.3 Pengaruh *Social Influence* dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking*

Berdasarkan pengujian hipotesis yang ketiga diketahui bahwa H_a yang diajukan ditolak. Nilai-nilai yang disajikan pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa semua koefisien regresi variabel X3 bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa *social influence* (pengaruh sosial) yang menaikkan penggunaan layanan *digital banking* sebesar 20,3% setiap kenaikan 1%. Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel X3 (*social influence*) memberikan pengaruh positif terhadap *digital banking*. Akan tetapi jika dilihat dari tingkat signifikannya $0,076 > 0,05$ yang artinya *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking* artinya pengaruh yang dirasakan tidak terlalu kuat.

Hasil penelitian *social influence* terhadap *digital banking* sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Wiratsoko (2018), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh dari *social influence* terhadap *digital banking* hanya 33% saja, itu artinya pengaruh yang dimiliki tidak terlalu kuat terhadap sistem. Venkatesh et al. (2003) ketika mempelajari model yang dianalisis untuk menciptakan UTAUT. Menurut Venkatesh et al. (2003) hal ini terjadi karena probabilitas orang memenuhi harapan orang lain lebih besar ketika seseorang mampu memberi hadiah atau imbalan. Namun pada penelitian Dzulhaida dan Giri (2015) terdapat adanya pengaruh

yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik masyarakat Indonesia cenderung memiliki kebiasaan apabila akan mengadopsi suatu sistem maka dia akan dipengaruhi oleh harapan responden ter hadap kinerja atau manfaat yang akan didapatkan apabila menggunakan sistem tersebut

4.6.4 Pengaruh *Facilitating Conditions* dalam Menggunakan Layanan *Digital Banking*

Berdasarkan pengujian hipotesis yang keempat diketahui bahwa H_a yang diajukan dapat diterima. Nilai-nilai yang disajikan pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa semua koefisien regresi variabel X4 bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa *facilitating conditions* (kondisi memfasilitasi) yang menaikkan penggunaan layanan *digital banking* sebesar 37 % setiap kenaikan 1%. Dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa variabel X4 memberikan pengaruh positif terhadap *digital banking*. Akan tetapi jika dilihat dari tingkat signifikannya $0,710 > 0,05$ yang artinya *facilitating conditions* tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *digital banking*. - R A N I R Y

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sedana & Wijaya (2009), Yuen et al. (2010) dan Martins et al. (2014), yang menjelaskan bahwa tidak ada hubungan antara kondisi fasilitas dan penggunaan sistem. Ini mengindikasikan bahwa layanan *digital banking* dirancang untuk pengguna umum, sehingga semua konsumen di Provinsi Aceh dapat mengakses ataupun mendapatkan fasilitas yang sama dengan mudah. Akan tetapi penelitian ini tidak

sesuai dengan hasil yang ditemukan oleh Venkatesh et al. (2003) dan Dzulhaida & Giri (2015) ketika membangun model UTAUT. Hasil penelitiannya mengindikasikan bahwa kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem.



BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* dengan menggunakan model *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT) pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Banda Aceh. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, pada tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa hanya satu hipotesis yang diterima. Namun demikian, nilai beta yang positif untuk semua variabel independen menunjukkan semua variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y. Adapun hasil penelitian dan pembahasan tersebut secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Performance expectancy* (harapan kinerja) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Pengguna yang memiliki harapan kinerja yang tinggi mempunyai keinginan menggunakan layanan *digital banking* yang lebih tinggi dari pada pengguna yang memiliki harapan kinerja yang rendah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,387$ dan tingkat signifikansinya 0,010 yaitu lebih kecil dari 0,05.
- 2) *Effort expectancy* (harapan usaha) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung memiliki kebiasaan apabila akan mengadopsi suatu sistem

maka dia akan dipengaruhi oleh harapan terhadap kinerja atau manfaat dari kemudahan yang didapatkan apabila menggunakan sistem tersebut seperti halnya layanan *digital banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,412$ dan tingkat signifikansinya 0,039 yaitu lebih kecil dari 0,05.

- 3) *Social Influence* (pengaruh sosial) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,203$ dan tingkat signifikansinya 0,076 yaitu lebih besar dari 0,05. Pengaruh yang didapatkan tidak terlalu kuat.
- 4) *Facilitating Conditions* (kondisi memfasilitasi) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *digital banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $\beta = 0,037$ dan tingkat signifikansinya 0,710 yaitu lebih besar dari 0,05.
- 5) Secara simultan semua variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Performance expectancy* (harapan kinerja), *Effort expectancy* (harapan usaha), *Social Influence* (pengaruh sosial), dan *Facilitating Conditions* (kondisi memfasilitasi) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *digital banking* dengan menunjukkan nilai F hitung sebesar $9,377 > F$ tabel 2.58 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai *R Square* sebesar 45% yang berarti bahwa variasi nilai *digital banking* yang dapat dijelaskan oleh variabel *performance expectanc*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*,

sisanya sebesar 55% dijelaskan oleh variabel lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti menguji 4 variabel independen yaitu *performance expectancy* (harapan kinerja), *effort expectancy* (harapan usaha), *social Influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi memfasilitasi) terhadap satu variabel dependen yaitu layanan *digital banking*. Hanya *performance expectancy* (harapan kinerja) yang paling signifikan pengaruhnya. Oleh karena itu, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1) Bagi Perbankan

Berdasarkan hasil penelitian khususnya Bank Syariah Mandiri harus mempertahankan kinerjanya akan tetapi juga harus meningkatkan variabel lainnya yaitu *effort expectancy* (harapan usaha), *social Influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (kondisi memfasilitasi) karena ketiga variabel tersebut sebenarnya berpengaruh terhadap *digital banking* akan tetapi tidak signifikan.

2) Bagi Peneliti

Untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambah atau mengganti variabel independen dengan variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini seperti faktor keamanan, faktor biaya dan variabel-variabel lainnya untuk meneliti kembali sehingga sisanya 54% dapat terpenuhi.

DAFTAR PUSAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes Vol. 50, No. 2.*
- Anggraeni, Y. (2016). Pengaruh Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Di Kota Semarang. *Skripsi.*
- Bank Indonesia. (2015). Statistik Perbankan Indonesia. Diambil kembali dari Statistik Bank Indonesia: diakses pada 13 November 2018 <http://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/jumlah%20uang%20elektronik.aspx>
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Kencana. Ed.1, Cet. 5.
- Chris, S (2014). *Digital Bank: Strategies to launch or become a digital bank BusinessPro collection.* Singapore : Marshall Cavendish International Asia Pte Ltd.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1991). *A Social Cognitive Theory Perspective on Individual Reactions to Computing Technology.* New York: International Conference on Information Systems (ICIS).
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Rerceived Ease of Use and User Acceptance of Information Tehnology.* *MIS Quarterly.* Vol. 13, No. 5.
- DBS. (2015). Ini Alasan Digital Banking Mempermudah Anda!. Diakses pada 18 November 2018. Dari <https://www.dbs.com/indonesia-bh/blog/live-smart/ini-alasan-digital-banking-mempermudah-anda.pages>.
- DBS. (2016). *Digital Banking New Avatar – Banks Watch Out for Banks.* Diakses pada 17

November 2018. https://www.dbs.com/insights/uploads/20161010_Digital_Banking_Low_Res.pdf.

Dzulhaida, R., & Giri, R. R. (2015). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan *E-Money* Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi *Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2* (UTAUT 2). *Majalah Ilmiah Unikom. Vol.15 No. 2*, 155-166.

Febriana, T. (2014). Studi Penerapan Inovasi Teknologi Informasi Dengan Metode *Technology Watch And Competitive Intelligence* (TW-CI). *Jurnal Binus University. Vol. 5, No.1*

Franedy, R. (2016). BSM Kembangkan Layanan *E-Banking*, Diakses pada 14 November 2018. Dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/bsm-kembangkan-layanan-e-banking-1>.

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed). Upper Saddle River: Pearson Education

Handayani, T., & Sudiana. (2015). Analisis Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Stnas Yogyakarta). *JURNAL ANGKASA. Vol. VII, No. 2. hal. 165-180*.

Hermawan, A. (2005). *Penelitian bisnis paradigma kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

James, K. (2016). *The History of Banking: A Comprehensive Reference Source & Guide*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

- Kompas.com.(2017). Diakses pada 15 November 2018. Dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/05/16/120932726/transformasi.perbankan.digital.yang.tidak.sekadar.digital.lipstick>.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Inovator*.
- Martins, C., Oliveira, T., Popovic. A., (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, Vol.34, No. 1.
- Marliza, (2017). Aplikasi Dan Keunggulan E-Banking Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). *Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. The Institute of Management Sciences, Information Sitems Research Vol. 2, No. 3*
- Muthia, A. (2017). Analisis pemahaman masyarakat kecamatan medan johor terhadap penggunaan layanan digital Perbankan. *Skripsi*.
- Nicoletti, B. 2014. *Mobile Banking : Evolution or Revolution ? Palgrave Studies in Financial Services Teknology*. Italy: Springer.
- Nurgiyantoro, B. 2012. *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. Yogyakarta: BPFE
- Oshlyansky., Lidia., Paul, C., & Harold, T. (2016). *Validating the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Tool Cross-Culturally*. BCS learning & Development Ltd. United Kingdom: Swindon.

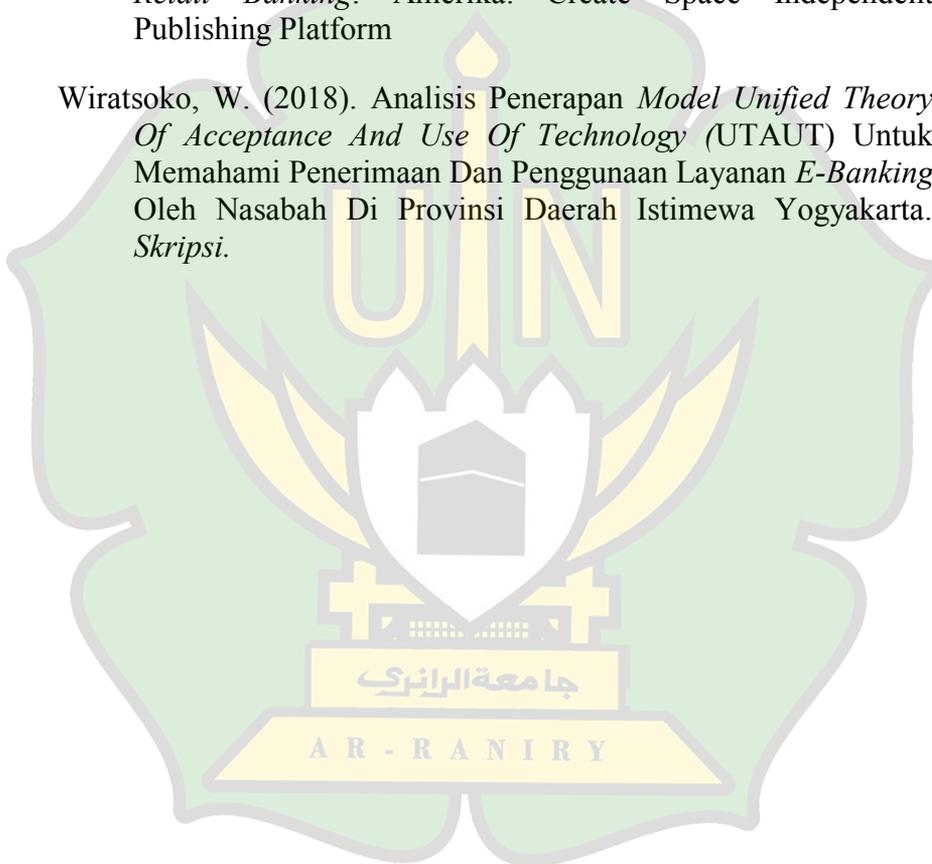
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Draft: Task Force *Digital Banking*. Diakses pada 13 November 2018. Dari <http://www.ojk.go.id/berita-dan-kegiatan/pengumuman/Documents/Draf-CP-Digital-Banking>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Panduan Penyelenggaraan *Digital Branch* Oleh Bank Umum. Diakses pada 17 September 2018: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.pdf>
- Oye, N. D., Iahad, N. A., & Rahim, N. A. (2014). *The history of UTAUT model and its impact on ICT acceptance and usage by academicians*. Adamawa State University: *Educ Inf Technology*.
- Pinontoan, W. (2013). Pengaruh *E-Banking*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4*.
- Prasetyo, Y. D. (2017). Penerapan Metode Utaut (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) Dalam Memahami Penerimaan Dan Penggunaan Website Kkn Lppm Unisi. *Jurnal Sistemasi, Volume 6, Nomor 2*.
- Quesada, V. (2017). *When Tech Meets Finance: A Roadmap for Digital Banking R Transformation*. Massachusetts: *CreateSpace Independent Publishing Platform*. Edisi kedua
- Rema, Y. O., & Setyohadi, B. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan *Mobile banking* studi kasus : bri cabang bajawa. *Skripsi*.
- Subardi, L. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *ISSN : 2540-816X Vol. 3 No. 2*.

- Sedana, N.G & Wijaya, W. (2009). Penerapan Model UTAUT Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan *Learning Management System*. *Journal of Information Systems*, Vol. 5, No. 2
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Thompson, R. L., Christopher, A., Higgins & Jane, M. H. (1991). *Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization*. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*.
- Umar, H. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali
- Yanuar, I. (2015). OJK terus dukung era digitalisasi perbankan syariah. Diakses pada 15 November 2018. Dari <https://www.viva.co.id/arsip/672866-ojk-terus-dukung-era-digitalisasi-perbankan-syariah>.
- Yudhi, W., Arthana, R., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)*: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Teory Of Planned Behavior (TPB)*”, *Jurnal Informasi*. Vol. 7, No. 1.
- Yu, C.S., (2012). Factors affecting individuals to adopt mobile banking: empirical evidence from the UTAUT model. *Journal of Electronic Commerce Research* Vol. 13 No.2
- Yuen Y.Y., Yeow P.H.P., Lim N., Saylani N., (2010). Internet banking adoption: Comparing developed and developing countries. *The Journal of Computer Information Systems*, Vol. 51, No.1

Venkatesh, V, Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003), *User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol 27, No. 3.

Wewege, L. (2017). *The Digital Banking Revolution: How Financial Technology Companies Are Rapidly Transforming Retail Banking*. Amerika: Create Space Independent Publishing Platform

Wiratsoko, W. (2018). Analisis Penerapan *Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)* Untuk Memahami Penerimaan Dan Penggunaan Layanan *E-Banking* Oleh Nasabah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi*.



LAMPIRAN

Lampiran 1: kuisisioner penelitian

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam
Menggunakan Layanan *Digital Banking* Dengan
Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use
Of Technology* (UTAUT) Pada PT Bank Mandiri Syariah
Cabang Banda Aceh

Identitas Responden

Nama : (*Boleh tidak diisi*)

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan (*Coret yang salah*)

Umur : tahun

Pekerjaan :

No Telepon : (*Tidak wajib diisi*)

Layanan yang Sering Digunakan : (*Lingkari salah satu pilihan di bawah ini*)

<i>Internet banking</i>	<i>Mobile banking</i>	<i>SMS banking</i>	<i>Phone banking</i>
<i>Layanan lain.....</i>			

Berilah tanda centang () pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pilihan anda

Keterangan:

	Setuju (S)	Sangat setuju (CS) (SS)	Tidak setuju (TS)	Sangat tidak setuju (STS)
5	4	3	2	1

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
Harapan kinerja (<i>performance expectancy</i>)						
1	Saya menemukan bahwa layanan <i>digital banking</i> BSM berguna dalam kegiatan transaksi keuangan.					
2	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM akan memungkinkan saya untuk menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dengan cepat					
3	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM akan meningkatkan produktivitas saya					
4	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM akan meningkatkan keefektifan saya					
5	Penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk pekerjaan penting saya.					
6	Penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM tidak akan berpengaruh pada kinerja pekerjaan saya (<i>reverse score</i>)					
7	Penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM secara signifikan dapat meningkatkan kualitas output pada pekerjaan saya.					
8	Dengan menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM, saya bisa menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat daripada sebelumnya					
9	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM meningkatkan					

	kualitas pekerjaan yang saya lakukan daripada sebelumnya					
	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM membuat saya lebih mudah melakukan pekerjaan dibandingkan sebelumnya					
	Jika saya menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM, Saya akan menghabiskan lebih sedikit waktu untuk mengerjakan pekerjaan rutin saya					
	Jika saya menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM, Rekan kerja saya akan menganggap saya kompeten.					

No	Harapan usaha (<i>effort expectancy</i>)	STS	TS	CS	S	SS
13	Saya tidak perlu mengeluarkan kendaraan hanya untuk melakukan transaksi <i>online</i>					
14	Saya lebih menghemat waktu dan tenaga dengan menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM					
15	Saya merasa layanan <i>digital banking</i> BSM fleksibel					
16	Menurut saya penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM membuat nasabah tidak perlu mengantri di bank hanya untuk transfer uang / bertransaksi					
17	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM memakan banyak waktu daripada sebelumnya					

18	Menurut saya lebih nyaman bertransaksi melalui <i>digital banking</i> BSM sebab semua transaksi cukup diselesaikan menggunakan <i>smartphone</i>					
19	Layanan <i>digital banking</i> BSM dapat memperlancar proses transaksi saya					
20	Adanya layanan <i>digital banking</i> BSM saya lebih banyak menghabiskan waktu dengan pekerjaan saya karena tidak perlu antrian di bank					
21	Menggunakan <i>digital banking</i> BSM dapat memudahkan saya bertransaksi dimanapun dan kapanpun					
22	Secara keseluruhan, fungsi <i>digital banking</i> BSM sudah memenuhi keinginan saya dalam bertransaksi					

No	Pengaruh sosial (<i>social influence</i>)	STS	TS	CS	S	SS
23	Orang-orang yang berpengaruh di hidup saya menasihati saya untuk menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM					
24	Orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM					
25	Saya menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM karena mayoritas teman saya menggunakannya					

26	Atasan saya sangat mendukung saya menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM					
27	Lingkungan saya mendukung penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM					
28	Orang-orang di lingkungan saya yang menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM lebih bergengsi/berwibawa daripada mereka yang tidak					
29	Menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM adalah salah satu simbol status dalam lingkungan saya					
No	Kondisi memfasilitasi (facilitating conditions)	STS	TS	CS	S	SS
30	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM					
31	Tersedia panduan bagi saya dalam pemilihan layanan <i>digital banking</i> BSM					
32	Ada <i>customer service</i> yang mendampingi apabila mengalami kesulitan dalam penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM					
33	Saya pikir penggunaan layanan <i>digital banking</i> BSM sesuai dengan gaya hidup saya					

No	Penggunaan layanan <i>digital banking</i>	STS	TS	CS	S	SS
34	Saya menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM untuk transaksi kebutuhan sehari-hari.					
35	Saya lebih sering menggunakan layanan <i>digital banking</i> BSM dibandingkan					

	dengan layanan lain.					
36	Saya sangat menyukai layanan <i>digital banking</i> BSM.					
37	Saya mengajak kerabat dan rekan saya untuk menggunakan <i>digital banking</i> BSM.					

Lampiran 2: Jawaban responden

Frekuensi Deskripsi Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	20	40%
2	Perempuan	30	60%
	Total	50	100%

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	<20 tahun	2	4%
2.	20-30 tahun	32	64%
3.	30-40 tahun	12	24%
4.	>40 tahun	4	8%
	Total	50	100%

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	IRT	2	4%
2.	Mahasiswa	10	20%
3.	Pegawai/Karyawan	9	18%
4.	PNS	8	16%
5.	Wiraswasta	21	42%
	Total	50	100%

No	Layanan yang sering digunakan	Jumlah	Persentase
----	-------------------------------	--------	------------

21.	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	2	4
22.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3
23.	5	4	4	3	5	2	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	1	4
24.	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4
25.	5	5	5	5	5	2	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	2	5
26.	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	2	5
27.	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	1	4
28.	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5
29.	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	1	4
30.	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4
31.	5	5	4	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	2	5
32.	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	2	4
33.	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	2	5
34.	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4
35.	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3
36.	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4
37.	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4
38.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4
39.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
40.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4
41.	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
42.	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4
43.	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4
44.	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	5
45.	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	1	5
46.	5	5	4	5	5	2	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3
47.	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	1	4
48.	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3
49.	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4
50.	5	5	4	5	5	2	3	4	3	4	3	3	4	4	5	5	2	5

No	E E 7	E E 8	E E 9	EE 10	SI 1	SI 2	S I 3	SI 4	SI 5	SI 6	SI 7	FC 1	F C 2	F C 3	FC 4	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4
1.	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	5	4	5	5	4	4
2.	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4

3.	4	3	4	5	4	4	3	3	4	2	3	3	2	4	4	4	5	5	5
4.	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5.	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5
6.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
7.	5	3	5	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4
8.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9.	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4
10.	4	5	4	5	2	3	3	2	5	2	2	4	4	2	4	4	3	4	3
11.	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
12.	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	4	3	3	2	3	3
13.	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
14.	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	5	5	4	4	4
15.	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	3
16.	5	5	5	5	5	5	2	5	2	2	2	5	5	5	2	5	2	5	5
17.	5	4	4	4	3	3	3	4	3	1	1	3	3	3	2	3	2	3	3
18.	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19.	5	4	5	5	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
20.	5	4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21.	4	4	5	5	2	4	2	4	3	2	2	5	5	4	3	5	4	4	3
22.	4	4	4	4	3	3	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3
23.	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	2	3	4	4	2	5	5	5	4
25.	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	4	5	5	3	4	4	4	4
26.	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	4	5	5	3	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3
28.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3
29.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3
30.	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
31.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
32.	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	3	3	3	4	5	5	5	3
34.	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
35.	3	4	3	3	3	3	4	4	3	1	1	3	3	1	3	4	4	3	3
36.	4	3	4	4	5	3	4	3	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	3
37.	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38.	4	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3

39.	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
40.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
41.	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
42.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4

	E	E	E	SI	SI	No	E	SI	SI	SI	SI	FC	F	F	FC	Y	Y	Y	Y
	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	1	2	3	4	
43.	5	4	4	5	4	4	3	4	5	2	3	4	4	4	4	5	5	5	5
44.	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	4
45.	5	5	5	5	3	3	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3
46.	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	4	5	3	5	5	5	4
47.	4	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
48.	4	5	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
49.	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5
50.	5	4	4	5	3	3	3	3	4	2	2	5	5	5	5	4	3	4	4

Frekuensi Jawaban Kuisiner Responden:

1. *Performance Expectancy* (harapan kinerja)

PE.1

	Frequency	Percent
Valid Setuju	15	30,0
Sangat setuju	35	70,0
Total	50	100,0

PE.2

	Frequency	Percent
Valid Setuju	16	32,0
Sangat setuju	34	68,0
Total	50	100,0

PE.3

	Frequency	Percent
Cukup setuju	1	2,0
Valid Setuju	24	48,0
Sangat setuju	25	50,0
Total	50	100,0

PE.4

	Frequency	Percent
Cukup setuju	2	4,0
Valid Setuju	20	40,0
Sangat setuju	28	56,0
Total	50	100,0

PE.5

	Frequency	Percent
Valid Setuju	22	44,0
Sangat setuju	28	56,0
Total	50	100,0

PE.6

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	2,0
Tidak setuju	30	60,0
Valid Cukup setuju	17	34,0
Setuju	2	4,0
Total	50	100,0

PE.7

	Frequency	Percent
Cukup setuju	8	16,0
Valid setuju	25	50,0
Sangat setuju	17	34,0
Total	50	100,0

PE.8

	Frequency	Percent
Cukup setuju	2	4,0
Valid Setuju	27	54,0
Sangat setuju	21	42,0
Total	50	100,0

PE.9

	Frequency	Percent
Cukup setuju	5	10,0
Valid Setuju	26	52,0
Sangat setuju	19	38,0
Total	50	100,0

PE.10

	Frequency	Percent
Cukup setuju	2	4,0
Valid Setuju	27	54,0
Sangat setuju	21	42,0
Total	50	100,0

PE.11

	Frequency	Percent
Tidak setuju	3	6,0
Cukup setuju	6	12,0
Valid Setuju	25	50,0
Sangat setuju	16	32,0
Total	50	100,0

PE.12

	Frequency	Percent
Tidak setuju	2	4,0
Cukup setuju	19	38,0
Valid Setuju	20	40,0
Sangat setuju	9	18,0
Total	50	100,0

2. Effort expectancy (harapan usaha)**EE.1**

	Frequency	Percent
Cukup setuju	6	12,0
Valid Setuju	26	52,0
Sangat setuju	18	36,0
Total	50	100,0

EE.2

	Frequency	Percent
Cukup setuju	4	8,0
Valid Setuju	28	56,0
Sangat setuju	18	36,0
Total	50	100,0

EE.3

	Frequency	Percent
Valid Cukup setuju	5	10,0
Setuju	19	38,0
Sangat setuju	26	52,0
Total	50	100,0

EE.4

	Frequency	Percent
Valid Cukup setuju	4	8,0
Setuju	27	54,0
Sangat setuju	19	38,0
Total	50	100,0

EE.5

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	17	34,0
Tidak setuju	28	56,0
Cukup setuju	4	8,0
setuju	1	2,0
Total	50	100,0

EE.6

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	11	22,0
Tidak setuju	37	74,0
Cukup setuju	2	4,0
Total	50	100,0

EE.7

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	12	24,0
Tidak setuju	35	70,0
Cukup setuju	3	6,0
Total	50	100,0

EE.8

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	13	26,0
Tidak setuju	34	68,0
Cukup setuju	3	6,0
Total	50	100,0

EE.9

	Frequency	Percent
Valid Cukup setuju	2	4,0
Setuju	27	54,0
Sangat setuju	21	42,0
Total	50	100,0

EE.10

	Frequency	Percent
Valid Cukup setuju	2	4,0
Setuju	27	54,0
Sangat setuju	21	42,0
Total	50	100,0

3. Social influence (pengaruh sosial)

SI.1

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	2,0
Tidak setuju	1	2,0
Cukup setuju	18	36,0
Setuju	22	44,0
Sangat setuju	8	16,0
Total	50	100,0

SI.2

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	1	2,0
Tidak setuju	1	2,0
Cukup setuju	15	30,0
Setuju	25	50,0
Sangat setuju	8	16,0
Total	50	100,0

SI.3

	Frequency	Percent
Valid Sangat tidak setuju	2	4,0
Tidak setuju	9	18,0
Cukup setuju	17	34,0
Setuju	18	36,0
Sangat setuju	4	8,0
Total	50	100,0

SI.4

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	2,0
Tidak setuju	2	4,0
Cukup setuju	21	42,0
Setuju	20	40,0
Sangat setuju	6	12,0
Total	50	100,0

SI.5

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	2,0
Tidak setuju	3	6,0
Cukup setuju	9	18,0
Setuju	22	44,0
Sangat setuju	15	30,0
Total	50	100,0

SI.6

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	3	6,0
Tidak setuju	13	26,0
Cukup setuju	16	32,0
Setuju	13	26,0
Sangat setuju	5	10,0
Total	50	100,0

SI.7

		Frequency	Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	3	6,0
	Tidak setuju	14	28,0
	Cukup setuju	19	38,0
	Setuju	11	22,0
	Sangat setuju	3	6,0
	Total	50	100,0

4. *facilitating conditions* (Kondisi menfasilitasi)**FC.1**

		Frequency	Percent
Valid	Cukup setuju	9	18,0
	Setuju	29	58,0
	Sangat setuju	12	24,0
	Total	50	100,0

FC.2

		Frequency	Percent
Valid	Tidak setuju	1	2,0
	Cukup setuju	10	20,0
	Setuju	29	58,0
	Sangat setuju	10	20,0
	Total	50	100,0

FC.3

		Frequency	Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	2,0
	Tidak setuju	1	2,0

Cukup setuju	5	10,0
Setuju	28	56,0
Sangat setuju	15	30,0
Total	50	100,0

FC.4

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	2,0
Tidak setuju	2	4,0
Cukup setuju	9	18,0
Valid Setuju	28	56,0
Sangat setuju	10	20,0
Total	50	100,0

5. Penggunaan layanan *digital banking***Y.1**

	Frequency	Percent
Cukup setuju	2	4,0
Valid Setuju	27	54,0
Sangat setuju	21	42,0
Total	50	100,0

Y.2

	Frequency	Percent
Tidak setuju	3	6,0
Cukup setuju	6	12,0
Valid Setuju	26	52,0
Sangat setuju	15	30,0
Total	50	100,0

Y.3

		Frequency	Percent
Valid	Cukup setuju	4	8,0
	Setuju	32	64,0
	Sangat setuju	14	28,0
	Total	50	100,0

Y.4

		Frequency	Percent
Valid	Cukup setuju	17	34,0
	Setuju	22	44,0
	Sangat setuju	11	22,0
	Total	50	100,0

3. Lampiran 3: Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel *performance expectancy* (X1)

Correlations

		PE 1	PE 2	PE 3	PE 4	PE 5	PE 6	PE 7	PE 8	PE 9	PE_ 10	PE_ 11	PE_ 12	Total PE
PE 1	Pearson Correlation	1	,67	,58	,51	,65	,18	,23	,36	,22	,132	,277	,207	,567*
	Sig. (2-tailed)		,00	,00	,00	,00	,20	,09	,00	,12	,361	,052	,149	,000
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	50
PE2	Pearson Correlation	,67	1	,53	,54	,42	,13	,36	,46	,30	,311*	,433*	,295*	,640*
	Sig. (2-tailed)	,00		,00	,00	,00	,35	,00	,00	,03	,028	,002	,037	,000
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	50

PE_9	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,02	,00	,79	,00	,00	,000	,000	,001	,000	
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	
	Pearson Correlation	,22	,30	,42	,36	,32	,08	,66	,71	1	,881*	,611*	,627*	,800*
	Sig. (2-tailed)	,12	,03	,00	,00	,02	,56	,00	,00	,000	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	50
PE_10	Pearson Correlation	,13	,31	,25	,31	,31	,15	,60	,68	,88	1	,498*	,548*	,727*
	Sig. (2-tailed)	,36	,02	,07	,02	,02	,27	,00	,00	,00	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	,27	,43	,45	,20	,38	,11	,65	,58	,61	,498*	1	,612*	,751*
	Sig. (2-tailed)	,05	,00	,00	,14	,00	,42	,00	,00	,00	,000	,000	,000	,000
PE_11	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	
	Pearson Correlation	,20	,29	,49	,44	,29	,16	,74	,45	,62	,548*	,612*	1	,768*
	Sig. (2-tailed)	,14	,03	,00	,00	,03	,26	,00	,00	,00	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	,56	,64	,73	,62	,61	,27	,77	,76	,80	,727*	,751*	,768*	1
Total PE	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,05	,00	,00	,00	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	49	50	50	50	50	50	50	50

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

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

2. Uji Validitas Variabel *Effort Expectancy* (X2)

Correlations

	EE .1	EE.2	EE.3	EE.4	EE.5	EE.6	EE.7	EE.8	EE.9	EE.1 0	Total EE
Pearson	1	,800 ⁺	,599 ⁺	,627 ⁺	,029	,010	-,050	,023	,408 ⁺	,353 ⁺	,712 ⁺
Correlation		*	*	*					*	*	*
EE.1 Sig. (2- tailed)		,000	,000	,000	,840	,943	,730	,873	,003	,012	,000
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson	,80	1	,655 ⁺	,591 ⁺	-,145	-,033	-,224	-,013	,632 ⁺	,514 ⁺	,705 ⁺
Correlation	0 ^{**}		*	*					*	*	*
EE.2 Sig. (2- tailed)		,00	,000	,000	,317	,818	,118	,931	,000	,000	,000
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson	,59	,655 ⁺	1	,627 ⁺	-,151	,049	-,013	,068	,482 ⁺	,429 ⁺	,695 ⁺
Correlation	9 ^{**}	*		*					*	*	*
EE.3 Sig. (2- tailed)		,00	,000	,000	,295	,735	,930	,638	,000	,002	,000
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson	,62	,591 ⁺	,627 ⁺	1	-,083	-,159	-,146	-,124	,603 ⁺	,720 ⁺	,684 ⁺
Correlation	7 ^{**}	*	*						*	*	*
EE.4 Sig. (2- tailed)		,00	,000	,000	,566	,272	,311	,390	,000	,000	,000
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson	,02	-,145	-,151	-,083	1	,563 ⁺	,461 ⁺	,495 ⁺	-,149	-,149	,319 ⁺
Correlation	9					*	*	*			*
EE.5 Sig. (2- tailed)		,84	,317	,295	,566	,000	,001	,000	,300	,300	,024
N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pearson	,01	-,033	,049	-,159	,563 ⁺	1	,679 ⁺	,729 ⁺	-,118	-,118	,419 ⁺
Correlation	0				*		*	*	*	*	*

EE.7	Sig. (2-tailed)	,943	,818	,735	,272	,000	,000	,000	,415	,415	,002	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	Pearson Correlation	-,050	-,224	-,013	-,146	,461*	,679*	1	,672*	-,109	-,040	,351*
EE.8	Sig. (2-tailed)	,730	,118	,930	,311	,001	,000	,000	,452	,783	,012	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	Pearson Correlation	,023	-,013	,068	-,124	,495*	,729*	,672*	1	-,013	-,081	,449*
EE.9	Sig. (2-tailed)	,873	,931	,638	,390	,000	,000	,000	,926	,577	,001	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
	Pearson Correlation	,408**	,632*	,482*	,603*	-,149	-,118	-,109	-,013	1	,747*	,635*
X2.10	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,300	,415	,452	,926	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	
Total_X2	Pearson Correlation	,353*	,514*	,429*	,720*	-,149	-,118	-,040	-,081	,747*	1	,613*
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,002	,000	,300	,415	,783	,577	,000	,000	
Total_X2	Pearson Correlation	,712**	,705*	,695*	,684*	,319*	,419*	,351*	,449*	,635*	,613*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,024	,002	,012	,001	,000	,000	
Total_X2	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Lampiran 3- Sambungan

Total	Pearson Correlation	,795*	,748*	,673**	,683**	,479**	,740**	,803*	1
_X3	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

4. Uji Validitas Variabel *facilitating conditions* (X4)

Correlations

		FC.1	FC.2	FC.3	FC.4	Total_FC
FC.1	Pearson Correlation	1	,588**	,565**	,382**	,845**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,006	,000
	N	50	50	50	50	50
FC.2	Pearson Correlation	,588**	1	,509**	,026	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,857	,000
	N	50	50	50	50	50
FC.3	Pearson Correlation	,565**	,509**	1	,224	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,117	,000
	N	50	50	50	50	50
FC.4	Pearson Correlation	,382**	,026	,224	1	,594**
	Sig. (2-tailed)	,006	,857	,117		,000
	N	50	50	50	50	50
Total_FC	Pearson Correlation	,845**	,695**	,791**	,594**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

5. Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,653**	,642**	,399**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,000
	N	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	,653**	1	,541**	,380**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,007	,000
	N	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	,642**	,541**	1	,632**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	,399**	,380**	,632**	1	,755**
	Sig. (2-tailed)	,004	,007	,000		,000
	N	50	50	50	50	50
Total_Y	Pearson Correlation	,811**	,818**	,849**	,755**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

4. Lampiran 4: Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel *performance expectancy*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,883	12

2. Uji Reliabilitas Variabel *effort expectancy*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	10

3. Uji Reliabilitas Variabel *Social Influence*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	7

4. Uji Reliabilitas Variabel *Facilitating Conditions*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,692	4

5. Uji Reliabilitas Variabel Y *digital banking*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	4

5. Lampiran 5: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,39777384
	Absolute	,131
Most Extreme Differences	Positive	,131
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,926
Asymp. Sig. (2-tailed)		,358

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

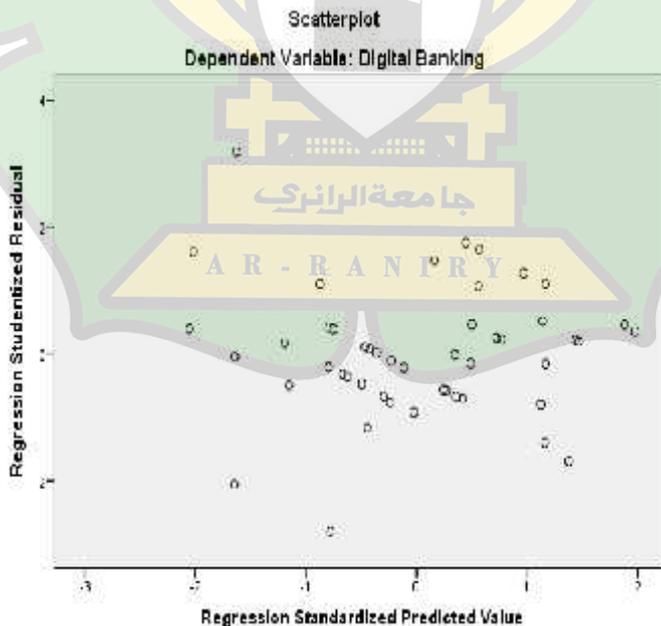
6. Lampiran 6: Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,040	,735		,055	,957		
Performance Expectancy	,504	,191	,365	2,642	,011	,622	1,609
1 Effort Expectancy	,260	,226	,159	1,150	,256	,621	1,611
Social Influence	,203	,116	,244	1,756	,086	,614	1,630
Facilitating conditions	,107	,137	,108	,786	,436	,630	1,586

a. Dependent Variable: Digital Banking

7. Lampiran 7: Uji Heteroskedastisitas



8. Lampiran 8: Uji Linieritas

1. Uji linieritas variabel performance expectancy

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			8,611	16	,538	3,001	,004
Digital	Between	Linearity	5,566	1	5,566	31,031	,000
Banking *	Groups	Deviation	3,046	15	,203	1,132	,368
Performance	from Linearity						
Expectancy	Within	Groups	5,919	33	,179		
Total			14,530	49			

2. Uji linieritas variabel *effort* Expectancy

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			6,063	13	,466	1,983	,053
Digital	Between	Linearity	3,173	1	3,173	13,492	,001
Banking *	Groups	Deviation	2,890	12	,241	1,024	,449
Effort	from Linearity						
Expectancy	Within	Groups	8,467	36	,235		
Total			14,530	49			

3. Uji linieritas variabel *social influence*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			6,122	16	,383	1,502	,158
Digital	Between	Linearity	4,201	1	4,201	16,489	,000
Banking *	Groups	Deviation	1,920	15	,128	,502	,922
Social	from Linearity						
Influence	Within	Groups	8,408	33	,255		
Total			14,530	49			

4. Uji linieritas variabel *facilitating conditions*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			5,445	8	,681	3,072	,008
Digital	Between	Linearity	2,360	1	2,360	10,651	,002
Banking *	Groups	Deviation	3,085	7	,441	1,989	,080
Facilitating		from Linearity					
conditions	Within	Groups	9,085	41	,222		
Total			14,530	49			

9. Lampiran 9: Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	,942	,589		
Performance expectancy	,387	,143	,399	2,700	,010
1 Effort expectancy	,412	,194	,315	2,125	,039
Social influence	,203	,116	,244	1,956	,076
Facilitating conditions	,037	,098	,051	,375	,710

a. Dependent Variable: Digital banking.

10. Lampiran 10: Uji Koefisien Determinasi (Uji R₂)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,674 ^a	,455	,406	,30559

a. Predictors: (Constant), Facilitating conditions, Performance expectancy, Social influence, Effort expectancy

11. Lampiran 11: Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,942	,589		1,600	,117
1 Performance expectancy	,387	,143	,399	2,700	,010
Effort expectancy	,412	,194	,315	2,125	,039
Social influence	,203	,116	,244	1,956	,076
Facilitating conditions	,037	,098	,051	,375	,710

a. Dependent Variable: Digital banking.

12. Lampiran 12: Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,503	4	,876	9,377	,000 ^b
Residual	4,202	45	,093		
Total	7,705	49			

a. Dependent Variable: Digital banking.

b. Predictors: (Constant), Facilitating conditions, Performance expectancy, Social influence, Effort expectancy

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4623	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3173	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815

Rumus t tabel

$$\alpha/2 = 0.05/2 = 0.025$$

$$\begin{aligned} df &= n - K \\ &= 50 - 5 \\ &= 45 \end{aligned}$$

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	169	176	182	187	192	197	201	205	209	213	216	219	222	225
2	18.51	16.00	14.16	12.75	11.70	10.93	10.35	9.87	9.46	9.10	8.78	8.49	8.23	8.00	7.79
3	10.13	8.55	7.58	6.77	6.12	5.61	5.19	4.83	4.51	4.23	3.98	3.75	3.54	3.36	3.21
4	7.71	6.91	6.29	5.80	5.42	5.10	4.81	4.54	4.30	4.08	3.88	3.70	3.53	3.38	3.24
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.00	4.83	4.68	4.54	4.41	4.29	4.18	4.08	3.99	3.91	3.83
6	5.95	5.14	4.75	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.58	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.25	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.86	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.76	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.97	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.15	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.29	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.17	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.58	2.47	2.38	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.55	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.54	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.16	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.28	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.98	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.47	2.36	2.27	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.08	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

$$df1 = K - 1$$

$$= 5 - 1 = 4$$

$$df2 = n - K$$

$$= 50 - 5 = 45$$

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Rauzatul Jannah
2. Tempat/Tgl Lahir : Unoe (Pidie)/13 Oktober 1997
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM : 150603196
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Kajhu
 - a. Kecamatan : Baitussalam
 - b. Kabupaten : Aceh Besar
 - c. Provinsi : Aceh
8. Email : rauzatuljannah828@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. SD/MI : SD Negeri 2 Kembang Tanjung
10. SMP/MTS : SMP Negeri 1 Kembang Tanjung
11. SMA/MA : SMA Negeri 1 Mutiara Beureunung

Orang Tua/Wali

12. Nama Ayah : Abdul Karim
13. Nama Ibu : Nurainun
14. Pekerjaan Orang Tua
 - a. Ayah : PNS
 - b. Ibu : IRT
15. Alamat Orang Tua : Unoe Mee Teumpeun, Kec. Glumpang Baro, Kab. Pidie

Banda Aceh, 15 Juli 2019
Penulis,

Rauzatul Jannah