

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
BANDA ACEH DALAM MENGGUNAKAN *E-MONEY***



Disusun Oleh:

**FEBRINA REZKY
NIM. 160603051**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Febrina Rezky
NIM : 160603051
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.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab 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 Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 13 Agustus 2020

g Menyatakan



Febrina Rezky

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:

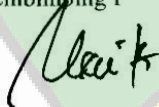
**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Banda Aceh dalam Menggunakan *E-money***

Disusun Oleh:

Febrina Rezky
NIM. 160603051

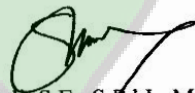
Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat
sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I



Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II



AR - RANIRY Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Febrina Rezky
NIM. 160603051

Dengan Judul:

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor
Cabang Banda Aceh dalam Menggunakan E-money**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata I dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 13 Agustus 2020
12 Dzulhijjah 1441 H

**Banda Aceh
Tim Penilai Hasil Sidang**

Ketua,

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003

Sekretaris,

Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

Penguji I,

Dr. Zainuddin, S.E., M.Si
NIDN. 0108107105

Penguji II,

Isnaliana, S.HI., MA
NIDN. 2029099003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry, Banda Aceh



Dr. Zakaria, M.Ag
199203 1003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh 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 : Febrina Rezky
NIM : 160603051
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : Febrina Rezky999@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 Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh dalam Menggunakan E-money

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.

Secara *fulltext* 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 : 13 Agustus 2020

Mengetahui,

Penulis

Febrina Rezky.
NIM: 160603051

Pembimbing I

Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP: 197711052006042003

Pembimbing II

Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP: 198601282019031005

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, sang pencipta alam semesta, manusia dan kehidupan serta seperangkat aturan-Nya. Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh Dalam Menggunakan *E-money*”** dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam penuh dengan ilmu pengetahuan dan memberi inspirasi kepada penulis untuk selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian ini, penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari saran, petunjuk, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag., selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, S.E., M.Si., selaku

sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Muhammad Arifin, Ph.D., selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag., dan Ismuadi S.E., S.Pd.I., M.Si Sebagai Dosen Pembimbing I dan pembimbing II yang selalu memberikan arahan terbaik dalam penulisan skripsi ini dan telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmu yang dimiliki kepada penulis.
5. sebagai penguji I Dr. Zainuddin, S.E.,M.Si dan Penguji II Isnaliana, S.HI., MA yang telah memberikan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini
6. Ana Fitria, S.E., M.Sc. selaku Penasehat Akademik, dan kepada seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.
7. Responden Bank Syariah Mandiri yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket yang telah penulis sediakan
8. Teristimewa kepada kedua Orang Tua yang paling saya cintai dan sayangi, Ayahanda Abdul Razak, M.Ag dan Ibunda Rita Jamila (almh) yang selalu mendoakan saya tiada hentinya

untuk kesuksesan dan kebahagiaan saya dan juga atas segala kasih sayang, bimbingan dan dukungan setiap harinya, Terima kasih juga kepada adik kandung saya Friska Rahma, Faiz Akbar dan Farah Balqis yang selalu mengibur, mendoakan saya dan memberikan saya semangat tiada hentinya. Teruntuk Siti Asriah S.Pd.I., dan Nurul adhiah S.Pd.I serta keluarga besar yang telah memberikan motivasi, dukungan serta do'a terbaik untuk saya. Terima kasih juga kepada M. Zahid Al-Faqih, S.Kom., yang telah menyemangati penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

9. Teruntuk Nurani, S.E, Yossi Kenanga Putri, S.E, Santi Gustina, S.E, Elshinta Fara Dilla, S.E dan Siti Zahara, S.E yang selalu memberikan masukan-masukan untuk meyakinkan diri agar bisa menjadi lebih baik lagi dan fokus pada skripsi ini agar cepat selesai dan senantiasa menemani dalam proses pembuatan skripsi ini. Dan terima kasih juga kepada seluruh rekan seperjuangan khususnya Perbankan Syariah letting 2016 yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

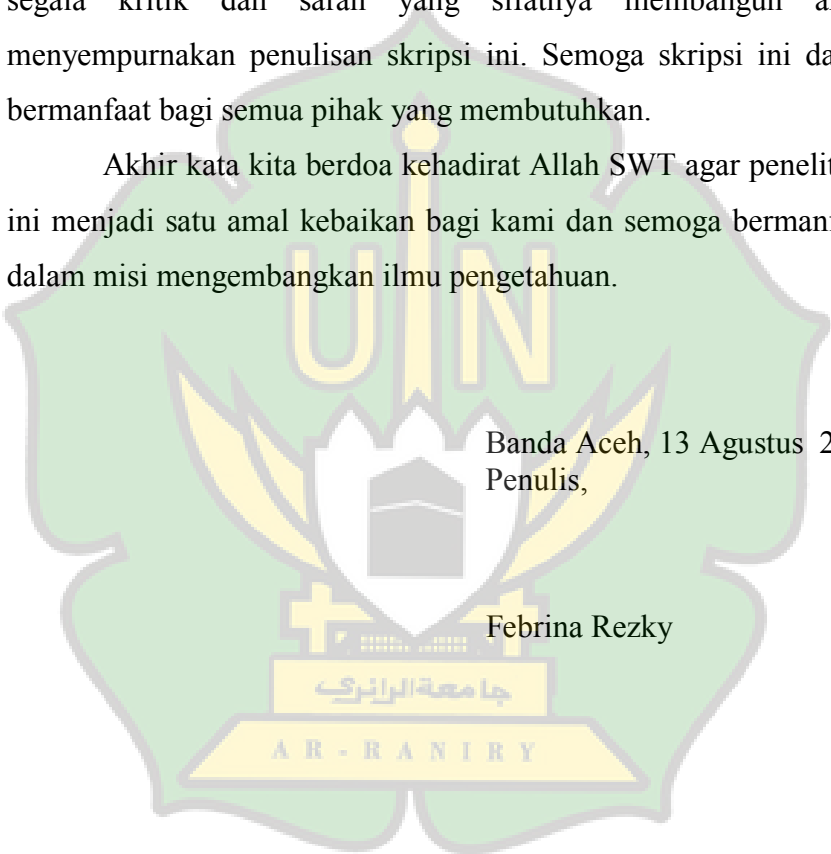
Semoga segala jasa bantuan, motivasi dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga

memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Hanya kepada Allah SWT kita berserah diri, semoga yang kita amalkan mendapat ridho-Nya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Akhir kata kita berdoa kehadirat Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan.

Banda Aceh, 13 Agustus 2020
Penulis,

Febrina Rezky



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	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	Ž	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>Fathah</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
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

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
اَ / آ	<i>Faṭḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / أُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة)hidup

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

b. *Ta marbutah* (ة) mati

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

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-Madīnatul Munawwarah

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

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Febrina Rezky
NIM : 160603051
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh Dalam Menggunakan *E-money*
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
Pembimbing II : Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
Kata Kunci : Kemudahan, kemanfaatan, promosi, fitur layanan dan minat

Pemerintah telah mencanangkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) yang dianggap lebih efektif dan efisien guna menciptakan masyarakat Indonesia sebagai *Less Cash Society*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan *e-money*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan angket. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri dengan sampel sebanyak 99 nasabah yang ditetapkan dengan menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. (2) Kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. (3) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. (4) Fitur Layanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*. (5) Kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGASAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI	xii
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
DAFTAR SINGKATAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Masalah	9
1.4 Manfaat Masalah	10
1.5 Sistematika Masalah	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Bank Syariah	13
2.1.1 Operasional Bank Syariah	13
2.2 Konsep Uang dalam Islam	16
2.2.1 Uang dalam Pandangan Islam	16
2.2.2 Fungsi Uang dalam Islam	18
2.3 Instrumen Pembayaran	21
2.4 <i>E-money</i>	22
2.4.1 Definisi <i>E-money</i>	22
2.4.2 Prinsip-Prinsip Syariah dalam Transaksi <i>E-money</i>	23
2.4.3 Jenis-Jenis <i>E-money</i>	26

2.4.4	Jenis-Jenis Transaksi <i>E-money</i>	27
2.4.5	Pihak-Pihak dalam Penyelenggara <i>E-money</i>	29
2.5	Teori Minat.....	31
2.5.1	Definisi Minat.....	31
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	32
2.5.3	Fungsi Minat.....	33
2.6	Kemudahan.....	34
2.7	Kemanfaatan.....	35
2.8	Promosi.....	36
2.9	Fitur Layanan	36
2.10	Temuan Penelitian Terkait	37
2.11	Hubungan Antar Variabel	43
2.11.1	Pengaruh Kemudahan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan <i>e-money</i>	43
2.11.2	Pengaruh Kemanfaatan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan <i>e-money</i>	43
2.11.3	Pengaruh Promosi terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan <i>e-money</i>	44
2.11.4	Pengaruh Fitur Layanan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan <i>e-money</i>	45
2.12	Kerangka Berfikir.....	46
2.13	Pengembangan Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN		51
3.1	Jenis Penelitian.....	51
3.2	Data dan Teknik Pemerolehannya.....	52
3.2.1	Data Primer	52
3.2.2	Data sekunder	53
3.3	Populasi dan Sampel	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel	54

3.4	Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1	Penelitian Lapangan.....	56
3.4.1.1	Angket	56
3.4.2	Dokumentasi	57
3.5	Skala Pengukuran	57
3.6	Uji Instrumen.....	58
3.6.1	Uji Validitas	58
3.6.2	Uji Reliabilitas	59
3.7	Variabel Penelitian	60
3.8	Metode Analisis Data	63
3.8.1	Uji Regresi Linear Berganda	63
3.9	Uji Asumsi Klasik	64
3.9.1	Uji Normalitas.....	64
3.9.2	Uji Multikolinearitas.....	65
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas	65
3.10	Pengujian Hipotesis	66
3.10.1	Uji t (Uji Parsial).....	66
3.10.2	Uji f (Uji Simultan)	68
3.10.3	Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	69
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1	Karakteristik Responden	71
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah.....	73
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	73
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	75
4.2.1	Uji Validitas	75
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	77
4.3	Uji Asumsi Klasik	78
4.3.1	Uji Normalitas	78

4.3.2 Uji Multikolonieritas	80
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	81
4.4 Metode Analisis Data	82
4.4.1 Uji Regresi Linear Berganda	82
4.5 Uji Hipotesis	84
4.5.1 Uji t (Uji Parsial)	84
4.5.2 Uji f (Uji Simultan)	86
4.5.3 Uji Koefisiensi Determinasi	87
4.6 Pembahasan	89
4.6.1 Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	89
4.6.2 Pengaruh Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	89
4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	90
4.6.4 Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	91
4.6.5 Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Promosi dan Fitur Layanan secara Simultan terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i>	92
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Fasilitas <i>E-money</i> Registered dan Unregistered	27
Tabel 2.2 Perbedaan <i>E-money</i> dengan APMK Lainnya	29
Tabel 2.3 Penelitian Terkait.....	38
Tabel 3.1 Populasi.....	53
Tabel 3.2 Skala Likert.....	58
Tabel 3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah....	73
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial)	84
Tabel 4.12 Hasil Uji f (Uji Simultan)	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefesiensi Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir.....	47
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas dengan SPSS.....	79
Gambar 4.2 P-P Plot Uji Normalitas dengan SPSS	79
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81



DAFTAR SINGKATAN

<i>E-money</i>	<i>Electronic Money</i>
BI	Bank Indonesia
ATM	Anjungan Tunai Mandiri
GNNT	Gerakan Nasional Non Tunai
PBI	Peraturan Bank Indonesia
<i>LCS</i>	<i>Less Cash Society</i>
<i>EDC</i>	<i>Electronic Dana Capture</i>



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Angket Penelitian	103
Lampiran 2 Persentase Karakteristik & Tanggapan Responden	108
Lampiran 3 Uji Validitas	116
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	116
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 6 Uji Regresi Linear Berganda	118
Lampiran 7 Uji Hipotesis	119



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era millenium Indonesia terus mengalami perubahan pesat terutama dalam bidang teknologi, sehingga menuntut manusia mengikuti perubahan teknologi di era revolusi industri 4.0 ini untuk menunjang kehidupan. Salah satunya adalah sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan uang diawali dari pembayaran tunai menggunakan uang kartal sampai dengan pembayaran nontunai menggunakan uang digital atau uang elektronik. Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi (Bank Indonesia, 1999).

Dalam proses transaksi pada umumnya menggunakan pembayaran tunai (*case based*) seperti uang kartal yang terdiri dari uang kertas dan uang logam. Penggunaan uang kartal tidak menutup kemungkinan memiliki kelemahan yang dinilai dapat menimbulkan masalah. Menurut Adityawarman (2014) uang kartal dinilai kurang praktis karena pembeli harus membawa uang kartal sebesar harga barang, kemudian penjual akan kerepotan untuk memberikan uang kembalian sehingga mereka akan mengabaikan hak pembeli untuk mendapatkan kembalian yaitu memberi

kembalian dengan barang yang kira-kira harganya sama (Utami dan Kusumawati, 2017).

Penggunaan uang kartal juga berisiko terhadap pemalsuan dan perampokan atau pencurian karena teknologi saat ini semakin canggih. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perekonomian kehidupan masyarakat semakin modern sehingga pola pikir masyarakat pun berubah yaitu ingin melakukan berbagai hal dengan mudah dan instan tidak perlu merepotkan dirinya sendiri. Berdasarkan hal tersebut diciptakanlah *e-money* (uang elektronik) yang diharapkan dapat meminimalkan risiko maupun kelemahan dari uang kartal dengan tidak mengurangi fungsi dari uang kartal itu sendiri.

E-money menurut PBI Nomor 20/6/PBI/2018 diartikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: pertama, diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Kedua, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. Ketiga, nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Kini telah populer di kalangan masyarakat pembayaran menggunakan uang digital yang mengharuskan industri perbankan melakukan rangkaian inovasi-inovasi baru untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Hal ini diadopsi langsung oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanannya,

Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh industri perbankan yaitu produk uang elektronik, seperti Mandiri *E-money*, BRI *Brizzi*, BCA *Flazz* dan BNI *Tapcash*.

Penggunaan *e-money* pun menjadi lebih efektif dan efisien, serta transaksinya jauh lebih aman dan nyaman. Selain itu dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa perlu membawa uang kartal. Transaksi pembayaran uang digital dapat dibagi menjadi dua yaitu uang yang terdapat dalam kartu (*chip based*) dan dalam alat elektronik, seperti ponsel dan komputer atau dikatakan juga sebagai *e-wallet (server based)* (Pangaribuan, 2018). Alat pembayaran non tunai juga dibagi menjadi dua media yaitu media kertas atau lazim disebut *paper-based instrument* seperti cek, bilyet giro, wesel dan lain-lain serta media kartu atau lazim disebut *card-based instrument* seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM, kartu *e-money* dan lain-lain.

E-money dianggap mampu untuk mengimbangi perekonomian masa kini yang akan menjadi alternatif untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang kartal. Negara Indonesia masih berada dalam fase pengenalan *e-money* dan sedang berproses untuk diterima oleh masyarakat luas hingga pada akhirnya penggunaan uang kartal bisa menyeimbangi atau bahkan bisa lebih banyak digunakan dibanding transaksi menggunakan uang kartal. Oleh karena itu pada tahun 2014 lalu, Bank Indonesia mencanangkan sebuah program tahunan yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di Jakarta. GNNT ditujukan untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan uang kartal, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan *e-money* LCS (*Less Cash Society*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya yang dapat mengurangi jumlah kebutuhan uang kartal yang beredar.

Dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, penggunaan uang digital di Indonesia masih sangat minim, sementara jumlah populasi di Indonesia cukup besar ini memiliki potensi besar untuk perluasan akses layanan sistem pembayaran di Indonesia (Bank Indonesia, 2014). Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri juga ikut turut berkontribusi dalam mendukung program pemerintah serta mengembangkan layanan sistem pembayaran digital guna mendukung Gerakan Nasional Non Tunai yang dicanangkan oleh Gubernur Bank Indonesia untuk menciptakan masyarakat Indonesia sebagai *Less Cash Society*.

Salah satu upaya gerakan nasional non tunai (GNNT) dalam melaksanakan tujuannya adalah dengan menggunakan *e-money*. Ketentuan mengenai *e-money* diakomodir dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik yang kemudian di sempurnakan dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014. Pada tahun 2016 Bank Indonesia kembali melakukan perubahan kedua atas peraturan sebelumnya dengan menerbitkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/PBI/2016 dan pada tahun 2018 silam Bank Indonesia kembali melakukan

perubahan ketiga yaitu dengan menerbitkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018. *E-money* merupakan salah satu produk dari sistem pembayaran non tunai yang memiliki karakteristik sedikit berbeda dengan instrumen pembayaran lainnya seperti kartu kredit dan kartu ATM/debit, namun penggunaan *e-money* tetap sama dengan penggunaan kartu kredit dan kartu ATM/debit yaitu ditujukan sebagai alat pembayaran yang sah (Bank Indonesia, 2018).

Salah satu keunggulan yang dikeluarkan oleh semua bank syariah termasuk Bank Syariah Mandiri adalah uang berbasis digital atau *e-money*. Sebagai uang digital, *e-money* merupakan suatu produk yang diungguli karena mudah digunakan, dipahami, memiliki banyak manfaat, promosi yang dilakukan oleh pihak internal baik melalui iklan, sosialisasi dan lain sebagainya serta fitur layanan yang menarik sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan *e-money*. Tidak hanya nasabah Bank Syariah Mandiri saja yang dapat menggunakan *e-money*, nasabah bank lainnya juga bisa memiliki *e-money* yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri.

Hingga saat ini, penggunaan *e-money* masih sangat minim dikalangan masyarakat terutama nasabah Bank Syariah Mandiri sendiri. Hal ini, disebabkan oleh faktor kurangnya *merchant-merchant* yang menyediakan jasa pembayaran melalui *Electronic Dana Capture* (EDC). Dampak yang ditimbulkan dari masalah ini, nasabah masih cenderung menggunakan uang kartal dari pada

melakukan pembayaran melalui *e-money*. Faktor lainnya disebabkan oleh kurang pemahaman nasabah mengenai kemudahan dan manfaat dalam menggunakan *e-money*. Dalam hal ini, Bank Syariah Mandiri seharusnya terus berupaya dalam meningkatkan serta menarik minat nasabah dalam menggunakan produk *e-money*. Ada beberapa langkah yang bisa dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan serta menarik minat nasabah menggunakan *e-money* diantaranya: melakukan promosi di berbagai tempat seperti *talkshow*, bazar, sosialisasi dan promosi seperti mendapatkan *doorprize*, *cashback* dan sejenisnya.

Kemudahan penggunaan *e-money* dilihat dari sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan terbebas dari suatu usaha serta memudahkan segala transaksi. Kemudahan dalam menggunakan produk *e-money* dapat berdampak pada peningkatan penggunaannya. Hal ini didukung oleh penelitian Utami dan Kusumawati (2017) yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan tersebut berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Daurrohmah (2015) bahwa faktor kemudahan tidak berpengaruh terhadap menggunakan *e-money*.

E-money dapat dikatakan bermanfaat apabila *e-money* tersebut dapat meningkatkan kinerja. Manfaat *e-money* dapat berdampak pada peningkatan penggunaannya. Minat pengguna dalam hal ini sangat diperhatikan sebagai tolak ukur selaku subjek dari teknologi tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang

dilakukan oleh Vhistika (2017) menunjukkan bahwa faktor kemanfaatan tersebut berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marchelina (2018) bahwa faktor kemanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

E-money merupakan produk yang baru diluncurkan oleh Lembaga Keuangan Syariah, dalam hal ini para penerbit *e-money* harus melakukan berbagai langkah agar masyarakat bisa mengetahui produk tersebut, salah satunya adalah dengan melakukan promosi. Promosi merupakan cara yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi sebuah produk kepada nasabah. Melalui promosi ini akan mendorong nasabah untuk menggunakan *e-money*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Genady (2018) hasil akhirnya menunjukkan bahwa faktor promosi tersebut berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulqairnain (2017) berbeda bahwa faktor promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

E-money perlu fitur layanan yang menarik agar disukai dalam mendukung suatu kinerja bisnis. Fitur layanan merupakan salah satu jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*. Hal ini didukung oleh penelitian Wibowo dkk (2015) hasil akhirnya menunjukkan bahwa faktor fitur layanan tersebut berpengaruh positif terhadap minat

menggunakan *e-money*. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anendro (2016) bahwa faktor fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merasa penting untuk meneliti mengenai penggunaan kartu pembayaran elektronik (*e-money*) dalam upaya meningkatkan minat nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan *e-money* serta adanya kontradiksi dari hasil penelitian terdahulu sehingga perlunya penelitian ulang mengenai masalah ini. Di dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan kepada nasabah yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh yang belum menggunakan kartu *e-money*. Alasan peneliti memilih Bank Syariah Mandiri dikarenakan Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang terbaik di Indonesia baik dari segi aset maupun perkembangannya sendiri dan peneliti memilih objek di Kantor Cabang Banda Aceh dikarenakan itu merupakan central atau kota dimana masyarakat ingin segala sesuatu yang mudah dan instan tidak perlu merepotkan dirinya sendiri. Dengan demikian penulis ingin mengkaji lebih lanjut mengenai permasalahan di atas dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh Dalam Menggunakan Produk *E-Money*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan yang diperoleh berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan produk *e-money*?
2. Apakah manfaat yang diperoleh berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money* ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*?
4. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*?
5. Apakah kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan yang diperoleh juga berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan yang diperoleh nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap minat nasabah menggunakan produk *e-money*.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan yang diperoleh nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap minat nasabah menggunakan produk *e-money*.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*.
4. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan *e-money*.
5. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan produk *e-money*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas khazanah keilmuan yang bermanfaat bagi pengguna *e-money* dalam melakukan kegiatan transaksi.
 - b. Hasil penelitian ini sebagai referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini serta dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna menambah pengetahuan dan wawasan penulis serta mendapatkan pengalaman secara langsung tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *e-money*.

b. Bagi Bank dan Perusahaan Penerbit Uang Elektronik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan penerbit khususnya pada produk *e-money*.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, sistematika pembahasan disajikan dalam 5 bab yang berisi tentang isi keseluruhan penelitian. Masing-masing bab tersebut diuraikan sebagai berikut:

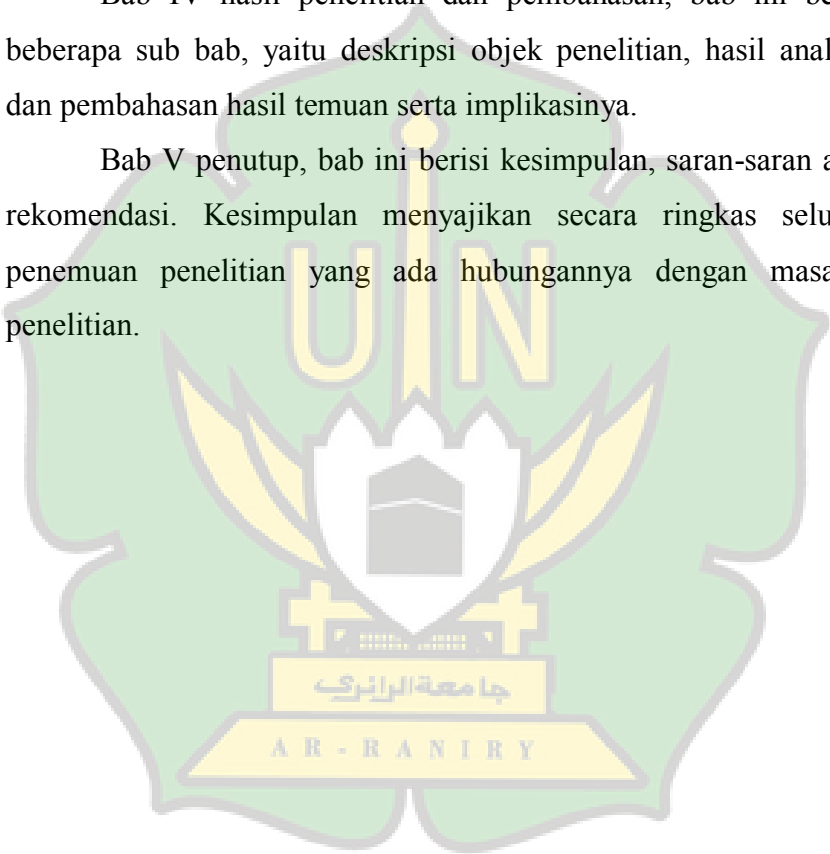
Bab I pendahuluan, bab ini berisi beberapa sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori, bab ini berisi beberapa sub bab, yaitu landasan teori, temuan penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

Bab III metode penelitian, bab ini berisi beberapa sub bab, yaitu jenis penelitian, data dan teknik pemerolehannya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, variabel penelitian, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan, bab ini berisi beberapa sub bab, yaitu deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pembahasan hasil temuan serta implikasinya.

Bab V penutup, bab ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional yaitu menjalankan kegiatannya dengan menggunakan hukum Islam seperti melarang riba, menghindari *maysir* dan *gharar*. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW (Ismail, 2011: 29).

Menurut Antonio (2001: 25) perkembangan bank syariah di negara Islam sangat banyak memiliki pengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an diskusi mengenai bank syariah menjadi pilar ekonomi mulai dilaksanakan. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia yang didirikan pada tahun 1992 kemudian terus berkembang seiring berjalannya waktu.

2.1.1 Operasional Bank Syariah

1. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk tabungan, giro dan deposito. Prinsip operasional bank syariah yang

diterapkan dalam penghimpunan dana nasabah adalah prinsip *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah*.

- a. Prinsip *wadi'ah* adalah akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua (bank) dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank sedangkan pihak kedua yang menerima titipan untuk dapat memanfaatkan titipan pihak pertama dalam transaksi yang diperbolehkan dalam Islam.
- b. Prinsip *mudharabah* merupakan akad antara pihak pertama yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya kepada pihak lain yang mana dapat memanfaatkan dana yang diinvestasikan dengan tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam Islam (Andrianto dan Firmansyah, 2019: 28-29).

2. Penyaluran dana

Prinsip operasional bank syariah yang diterapkan dalam penyaluran dana kepada nasabah adalah prinsip jual beli (*ba'i*), prinsip sewa (*ijarah*) dan prinsip bagi hasil (*syirkah*).

- a. Prinsip jual beli (*Ba'i*)
 - *Murabahah* yaitu akad jual beli antara bank selaku penjual dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang dimana nasabah dan bank menyepakati harga jual yang terdiri dari harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi bank. *Murabahah* dapat dilakukan secara tunai bisa juga secara bayar tangguh atau bayar dengan angsuran.

- *Ba'i As-Salam* adalah akad jual beli suatu barang dengan pembayaran dimuka dan barang diserahkan kemudian dalam jangka waktu yang disepakati.
- *Ba'i Al-Istisna* yaitu akad jual beli antara pemesan/pembeli dengan produsen/penjual dimana barang yang diperjualbelikan harus diproses terlebih dahulu sesuai dengan pesanan pembeli dan pembayaran dilakukan dimuka sekaligus atau secara bertahap.

b. Prinsip sewa (*ijarah*)

Ijarah adalah kontrak yang melibatkan suatu barang (sebagai harga) dengan jasa atau manfaat atas barang lainnya. Penyewa dapat juga diberi opsi untuk memiliki barang yang disewakan tersebut pada saat sewa selesai, kontrak ini disebut dengan *ijarah muntahiya bi tamlik*, dimana akad sewa yang terjadi antara bank (sebagai pemilik barang) dengan nasabah (sebagai penyewa) dengan cicilan sewanya sudah termasuk cicilan pokok harga barang.

c. Prinsip bagi hasil (*syirkah*)

Musyarakah yaitu perjanjian antara pihak-pihak untuk menyertakan modal dalam suatu kegiatan ekonomi dengan pembagian keuntungan atau kerugian sesuai nisbah yang disepakati (Arifin, 2009: 27-31).

3. Jasa layanan perbankan syariah

Jasa perbankan syariah lainnya yaitu layanan perbankan yang menerima imbalan atas jasa perbankan diluar fungsi utamanya

sebagai lembaga intermediasi keuangan yaitu *wakalah*, *kafalah*, *hiwalah*, *rahn*, *qard* dan *sharf*.

- a. *Wakalah* adalah akad perwakilan antara dua pihak, dimana pihak pertama melakukan suatu urusan kepada pihak kedua untuk bertindak atas nama pihak pertama.
- b. *Kafalah* Menurut Mazhab Maliki, Syafi’I dan Hambali, *kafalah* adalah menjadikan seseorang (penjamin) ikut bertanggung jawab atas tanggung jawab seseorang dalam pelunasan/pembayaran utang.
- c. *Hawalah* adalah akad pemindahan utang atau piutang suatu pihak kepada pihak lain. Dalam hal ini ada 3 pihak, yaitu pihak yang berutang (*muhil*), pihak yang memberi utang (*muhal*) dan pihak yang menerima pemindahan (*muhal ‘alaih*)
- d. *Rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan yang diterimanya.
- e. *Qardh* adalah pembelian harta kepada orang lain yang dapat ditagih kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.
- f. *Sharf* adalah transaksi pertukaran antara uang dengan uang (Andrianto dan Firmansyah, 2019: 114-117).

2.2 Konsep Uang dalam Islam

2.2.1 Uang dalam Pandangan Islam

Dalam sejarah Islam, uang merupakan sesuatu yang diadopsi dari peradaban dan dirham adalah mata uang perak

warisan peradaban Persia. Masyarakat Arab sebelum Islam juga telah mengenal dinar dan dirham, mata uang ini diperoleh dari hasil perdagangan di sekitar jazirah Arab. Pedagang yang pulang dari Syam membawa dinar emas Romawi (Byzantium) dan yang dari Irak membawa dirham perak Persia (Sassanid). Terkadang mereka juga membawa dirham Himyar dari Yaman (Huda dan Heykal, 2010: 16-17). Mata uang ini berkembang menjadi uang kertas yang didukung oleh emas dan perak (*gold reserve standard*). Menurut para ekonomi Islam mata uang berbasis emas ini dianggap lebih adil dan mampu menjadi kontrol bagi pemerintah untuk mencetak uang sesuai dengan emas yang tersedia (Soemitra, 2009: 3).

Uang telah digunakan sejak berabad-abad yang lalu dan merupakan salah satu temuan manusia yang paling menakjubkan sehingga mempunyai sejarah yang sangat panjang dan telah mengalami berbagai perubahan. Dengan demikian, tidak mudah untuk menjelaskan uang secara singkat, jelas dan tepat. Namun, kenyataannya dalam masyarakat modern saat ini tidak ada orang yang tidak mengenal uang (Rivai, Veithzal dan Indroes, 2007: 1).

Uang merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari denyut kehidupan ekonomi masyarakat. Stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh sejauh mana peranan uang dalam perekonomian oleh masyarakat dan otoritas moneter. Dalam perekonomian modern sekarang ini hampir tidak bisa meninggalkan peranan uang dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Definisi uang bisa dibagi menjadi dua pengertian, yaitu

definisi menurut hukum (*law*) dan definisi uang menurut fungsi. Definisi uang menurut hukum, yaitu sesuatu yang ditetapkan oleh Undang-Undang sebagai uang yang sah sebagai alat transaksi perdagangan. Adapun definisi uang menurut fungsi adalah sesuatu yang secara umum dapat diterima dalam transaksi perdagangan serta untuk pembayaran utang-piutang.

Secara teoritis uang dapat diklasifikasikan dalam dua golongan utama, yaitu uang dalam pengertian sempit (*narrow money*) serta uang dalam pengertian luas (*broad money*) (Muchtar, Rahmidani dan Siwi, 2016: 1).

- a. Uang dalam pengertian sempit meliputi uang kartal yang dipegang masyarakat dan uang giral (giro yang berdenominasi Rupiah).
- b. Uang dalam pengertian luas meliputi uang kartal yang dipegang masyarakat dan uang giral (giro yang berdenominasi Rupiah), uang kuasi (mencakup tabungan, simpanan berjangka dalam rupiah dan valas, serta giro dalam valuta asing), dan surat berharga yang diterbitkan oleh sistem moneter yang dimiliki sektor swasta domestik dengan sisa jangka waktu sampai dengan satu tahun (Bank Indonesia, 2013).

2.2.2 Fungsi Uang dalam Islam

Menurut Arifin (2006: 16) dalam sistem perekonomian manapun uang berfungsi sebagai alat penukar saja, tetapi seiring perkembangan peradaban manusia fungsi uang tersebut juga

berkembang dalam memenuhi kebutuhan ekonominya. Konsep uang dalam Islam sangat jelas dan tegas bahwa uang adalah uang, di mana uang bukanlah *capital*. Uang hanya digunakan untuk motif transaksi dan motif berjaga-jaga dan merupakan *public goods*, yaitu uang di samping menjadi milik pribadi, juga merupakan milik umum dalam satu peredaran perekonomian.

Dalam sistem kapitalis dan sistem Islam terdapat perbedaan dalam memandang uang. Sistem perekonomian kapitalis uang dipandang tidak hanya sebagai alat tukar yang sah melainkan juga sebagai komoditas. Menurut sistem kapitalis, uang dapat diperjualbelikan dengan kelebihan baik *on the spot* maupun secara tangguh dan uang juga dapat disewakan (*leasing*). Sedangkan dalam pandangan sistem Islam, apapun yang berfungsi sebagai uang, maka fungsinya hanyalah sebagai alat tukar saja. Dikarenakan uang bukanlah suatu komoditas yang dapat diperjualbelikan dengan kelebihan baik secara *on the spot* maupun secara tangguh (Huda dan Heykal, 2010: 12-13).

Uang didefinisikan sebagai benda yang dijadikan sebagai ukuran dan penyimpan nilai semua barang. Dengan adanya uang maka dapat dilakukan proses jual beli hasil produksi. Dengan uang hasil penjualannya itu, ia dapat membeli barang-barang keperluannya. Dengan demikian, uang memberikan fungsi kegunaan atau kepuasan kepada pemakainya. Dalam konteks ini, uang harus dimanfaatkan untuk kebutuhan dasar dan investasi

produktif (Soemitra, 2009: 9). Secara umum dalam ekonomi Islam uang memiliki empat fungsi utama yaitu:

1. Uang sebagai alat tukar

Dengan adanya uang telah memungkinkan untuk memperoleh barang yang diinginkan hanya dengan cara menemukan orang yang memiliki barang dan kemudian memperoleh barang tersebut. Dalam artian uang dapat digunakan untuk membeli semua barang dan jasa yang ditawarkan.

2. Uang sebagai satuan nilai

Satuan nilai adalah satuan ukuran yang menentukan besarnya nilai dari berbagai jenis barang. Dengan adanya uang, nilai suatu barang dapat dengan mudah dinyatakan yaitu dengan menunjukkan jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh barang tersebut (Endriani, 2015).

3. Uang sebagai standar pencicilan utang

Uang dapat mempermudah menentukan standar pencicilan utang baik secara tunai maupun angsuran. Dengan adanya uang dapat secara mudah diketahui berapa besar nilai utang piutang yang harus diterima atau di bayar sekarang atau di masa yang akan datang.

4. Uang digunakan sebagai alat penyimpan kekayaan

Menyimpan sejumlah kekayaan senilai uang yang disimpan. Uang yang disimpan dapat berupa uang tunai atau uang yang disimpan di bank dalam bentuk rekening. Namun uang adalah penyimpanan nilai yang tidak sempurna. Jika harga meningkat,

jumlah barang dan jasa yang dapat dibeli dengan jumlah uang tertentu akan turun (Karim, 2004: 77-91).

Menurut Sari (2016) ketika uang diperlakukan sebagai komoditas oleh sistem kapitalis, berkembanglah apa yang disebut pasar uang. Terbentuknya pasar uang ini menghasilkan dinamika yang khas dalam perekonomian konvensional, terutama pada sektor moneternya. Pasar uang ini kemudian berkembang dengan munculnya pasar derivatif, yang menggunakan instrumen bunga sebagai harga dari produk-produknya. Transaksi di pasar ini tidak berlandaskan motif transaksi riil sepenuhnya, bahkan sebagian besar mengandung unsur spekulatif.

2.3 Instrumen Pembayaran

Instrumen pembayaran adalah media atau alat yang digunakan dalam pembayaran. Instrumen pembayaran dibagi menjadi dua yaitu pembayaran tunai dan non tunai. Instrumen pembayaran tunai yaitu uang kartal yang terdiri dari uang logam dan uang kertas yang sudah dikenal dalam kalangan masyarakat selama ini. Instrumen pembayaran non tunai dibagi lagi menjadi dua yaitu yang berbasis warkat atau media kertas seperti: cek, bilyet dan giro, serta yang berbasis bukan warkat atau media kartu seperti: kartu ATM, kartu kredit, kartu debit dan lain sejenisnya (Subari dan Ascarya, 2017: 38). Penggunaan alat pembayaran non tunai yang berbasis bukan warkat atau media kartu semakin meningkat dalam kalangan masyarakat saat ini dan mulai

berkembang pula berbagai alat pembayaran yang menggunakan *microchips* atau yang dikenal dengan uang elektronik (*e-money*). Hal ini disebabkan oleh banyaknya inovasi dalam menciptakan instrumen yang dilakukan perbankan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga merupakan suatu layanan untuk mempermudah dalam melakukan berbagai macam transaksi.

2.4 Uang Elektronik (*E-money*)

2.4.1 Definisi *E-money*

Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini terciptalah uang digital atau uang elektronik (*e-money*) yang merupakan suatu inovasi dimana uangnya tidak berwujud secara fisik melainkan berupa data digital yang disimpan dalam *microchip* yang sangat efektif dan efisien sehingga lebih praktis untuk dibawa kemana-mana. Menurut peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
2. Nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media atau *server* atau *chip*.
3. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

Keunggulan uang elektronik bersifat praktis, mudah dibawa kemana-mana tidak perlu membawa uang tunai dan dapat menghindari risiko pencurian maupun perampokan, transaksinya sangat efektif dan efisien dimana transaksi *e-money* secara offline tanpa perlu tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Dan keunggulan lainnya adalah kita dapat melacak setiap pengeluaran, sehingga memudahkan dalam mengelola keuangan. Adapun kelemahan menggunakan *e-money* ini adalah tidak semua penyedia barang atau jasa dapat menerima transaksi elektronik terutama di pedesaan dan pasar tradisional, uang elektronik juga mempunyai risiko rusak dan hilang apalagi jika uangnya dalam jumlah besar, maka hilanglah semua uangnya.

2.4.2 Prinsip-Prinsip Syariah dalam Transaksi Uang Elektronik

Transaksi uang elektronik harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah, hal ini dijelaskan dalam peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 yaitu perubahan atas peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah. Pasal 2 ayat 3 menerangkan bahwa prinsip syariah harus memenuhi prinsip sebagai berikut:

1. Keadilan (*'adl*) yaitu menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai posisinya.

2. Keseimbangan (*tawazun*) meliputi aspek material dan spiritual, aspek privat dan publik, sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial, dan keseimbangan aspek pemanfaatan dan kelestarian.
3. Kemaslahatan (*maslahah*) adalah segala sesuatu kebaikan yang berdimensi duniawi dan *ukhrawi*.
4. Universalisme (*alamiyah*) adalah sesuatu yang dapat dilakukan dan diterima oleh semua pihak yang berkepentingan tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan sesuai dengan *rahmatan lil alamin*.
5. Tidak mengandung *gharar*. *Gharar* adalah transaksi yang objeknya tidak jelas.
6. Tidak mengandung *maysir*. *Maysir* adalah transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.
7. Mengindari riba. Riba adalah penambahan pendapatan secara tidak sah dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas dan waktu penyerahan (*fadhl*) atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*).
8. Tidak zalim yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lain.
9. Objek haram adalah suatu barang atau jasa yang diharamkan dalam syariah.

Uang elektronik dipersamakan dengan uang karena berapa pun satuan nilai dalam media uang elektronik pada dasarnya sama dengan nilai uang yang pada waktunya akan ditukarkan dalam bentuk uang tunai (*cash*). Jadi pertukaran antara nilai uang tunai (*cash*) dengan nilai uang elektronik merupakan pertukaran atau jual beli mata uang sejenis yang dalam literatur fikih muamalat dikenal dengan *As-Sharf*. Ada juga akad-akad lain yang terkait dengan transaksi uang elektronik, diantaranya adalah: *Ijarah* dan *Wakalah*.

Relevansi akad *sharf* dalam implementasi uang elektronik dalam Fatwa DSN Nomor: 28/DSN/MUI/III/2002 tentang jual beli mata uang (*sharf*) terdapat syarat-syarat dalam transaksi jual beli mata uang antara lain adalah tunai, jumlahnya sama, tidak boleh ada khiyar syarat dan tidak boleh ditangguhkan. Secara umum jual beli mata uang (*sharf*) dindentikkan dengan tukar menukar antara emas dengan emas, perak dengan perak, dan emas dengan perak.

Melihat dari relevansi di atas, maka dapat diketahui bahwa akad utama dalam penyelenggaraan uang elektronik adalah akad *sharf*, yaitu tukar-menukar atau jual beli mata uang. Namun dalam implementasinya, penyelenggaraan uang elektronik dapat dilengkapi oleh akad-akad lain, yaitu:

- a. Akad *ijarah*, dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 menyebutkan bahwa *Ijarah* adalah transaksi sewa-menyewa atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Akad

ijarah digunakan apabila terdapat transaksi sewa menyewa atas pelayanan jasa dalam penyelenggaraan uang elektronik.

- b. Akad *wakalah*, *wakalah* adalah pelimpahan atau pemberian kekuasaan oleh seseorang kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu kegiatan atas nama pemberi kuasa. Akad *wakalah* digunakan dalam hal penerbit bekerjasama dengan pihak lain sebagai agen penerbit atau terdapat bentuk perwakilan lain dalam transaksi uang elektronik (Anendro, 2016).

2.4.3 Jenis-jenis Uang Elektronik (*E-money*)

Menurut peraturan Bank Indonesia PBI No. 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik menjelaskan bahwa berdasarkan pencatatan data identitas pemegang uang elektronik dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit (*registered*) dan uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit (*unregistered*).

Tabel 2.1
Fasilitas Uang Elektronik *Registered* dan *Unregistered*

Registered	Unregistered
Registrasi pemegang	Pengisian ulang (<i>top up</i>)
Pengisian ulang (<i>top up</i>)	Pembayaran transaksi
Pembayaran transaksi	Pembayaran tagihan
Pembayaran tagihan	Fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia
Transfer dana	
Tarik tunai	
Fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia	

Sumber: Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 (Data diolah)

2.4.4 Jenis-jenis Transaksi Uang Elektronik (*E-money*)

Menurut Hidayati dkk (2006: 10) jenis-jenis transaksi dengan menggunakan uang elektronik secara umum, antara lain:

1. Penerbitan (*Issuance*) dan Pengisian Ulang (*Top Up*)

Pengisian nilai uang kedalam media uang elektronik dapat dilakukan terlebih dahulu oleh penerbit sebelum dijual kepada pemegang. Untuk selanjutnya pemegang uang elektronik bisa melakukan pengisian ulang (*top up*) yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui penyeteroran uang tunai dan pendebitan uang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh penerbit.

2. Transaksi Pembayaran

Transaksi pembayaran pada prinsipnya dilakukan penukaran nilai uang dalam bentuk data elektronik dengan barang antara pemegang uang elektronik dan pedagang menggunakan *protocol* yang telah ditetapkan.

3. *Deposit* dan *Collection*

a. *Deposit* atau *Refund*

Pada beberapa produk, nasabah pemegang *e-money* dapat melakukan *refund* atau penyetoran kembali dana pada *e-money* yang tidak terpakai atau masih tersisa untuk didepositkan ke dalam rekeningnya.

b. *Collection*

Proses *collection* biasanya dilakukan oleh *merchant* yaitu penyetoran *electronic value* yang diterima oleh *merchant* dari konsumen kepada *issuer* untuk untung rekening *merchant*.

Tabel 2.2
Perbedaan Uang Elektronik dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Lainnya

Uang Elektronik	APMK Lainnya
Nilai yang tercatat tersimpan dalam instrument media elektronik	Tidak ada pencatatan nilai uang pada instrumen kartu
Dana sepenuhnya berada dalam kekuasaan pemegang	Dana sepenuhnya berada dalam penguasaan bank
Transaksi pembayaran dilakukan secara <i>offline</i> kepada penerbit	Transaksi pembayaran dilakukan secara <i>online</i> kepada penerbit

Sumber: Hidayati, dkk (2006: 4) (Data diolah)

2.4.5 Pihak-pihak dalam Penyelenggaraan Uang Elektronik

Menurut peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018, beberapa pihak yang terikat dengan penyelenggara uang elektronik sebagai berikut:

1. Penerbit adalah pihak yang menerbitkan uang elektronik.
2. Pengguna adalah pihak yang menggunakan uang elektronik.
3. *Acquirer* adalah pihak yang melakukan kerja sama dengan penyedia barang atau jasa sehingga mampu memproses transaksi uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak yang bersangkutan dan bertanggung jawab atas penyelesaian pembayaran kepada penyedia barang atau jasa.

4. Prinsipal adalah pihak yang bertanggung jawab atas penurusan data transaksi uang elektronik melalui jaringan, pelaksanaan perhitungan hak dan kewajiban, penyelesaian pembayaran dan penetapan mekanisme dan prosedur bisnis, antar anggotanya yang berperan sebagai penerbit atau *acquirer* dalam transaksi uang elektronik.
5. Penyelenggara *switching* adalah pihak yang menyelenggarakan kegiatan penyediaan infrastruktur yang berfungsi sebagai pusat atau penghubung penerusan data transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik.
6. Penyelenggara kliring adalah pihak yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan atau *acquirer* setelah pelaksanaan transaksi uang elektronik.
7. Penyelenggara penyelesaian akhir adalah pihak yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit *acquirer* berdasarkan perhitungan dari penyelenggara kliring.
8. Penyedia barang dan jasa (*merchant*) adalah pihak yang menjual barang atau jasa yang menerima pembayaran dari pengguna.
9. Penyelenggara penunjang sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia yang mengatur mengenai penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

2.5 Teori Minat

2.5.1 Definisi Minat

Berhasil atau tidaknya suatu teknologi yang dikembangkan untuk meningkatkan pelayanan akan bergantung dari para penggunanya. Suatu teknologi akan berhasil jika penggunanya semakin banyak serta terus digunakan. Oleh karena itu minat seseorang untuk menggunakan teknologi merupakan suatu faktor penting (Ahmad dan Pambudi, 2014). Minat dapat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku ataupun tindakan yang akan menimbulkan ketertarikan seseorang terhadap suatu objek tertentu serta diikuti oleh rasa senang untuk memperoleh suatu kepuasan dalam penggunaan teknologi. Seseorang akan terus menggunakan teknologi jika kepuasan yang dirasakan memiliki manfaat.

Minat merupakan suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya (Darmadi, 2017: 307). Sedangkan menurut Jogiyanto (2007: 29) minat perilaku merupakan suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat berhubungan dengan perilaku atau tindakan, akan tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan pada minat seseorang (Ahmad dan Pambudi, 2014). Jadi dapat dikatakan bahwa minat timbul karena

adanya perhatian yang mendalam akan suatu objek, di mana perhatian itu menimbulkan rasa keinginan untuk mengetahui, mempelajari, serta membuktikan suatu objek.

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat dapat ditumbuh kembangkan melalui suatu proses, munculnya minat disebabkan adanya rasa ketertarikan atau rasa senang, perhatian dan juga kebutuhan akan sesuatu. Minat tidak akan muncul secara tiba-tiba dari diri individu sendiri. Menurut *Crow and Crow* (1973: 22) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, antara lain adalah sebagai berikut:

1. *The Factor Inner Urge*

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.

2. *The Factor of Social Motive*

Minat seseorang terhadap objek atau suatu hal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam manusia dan oleh motif sosial.

3. *Emosional Factor*

Faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruh terhadap objek (Mukti, 2019).

Dari faktor diatas dapat diketahui bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh dorongan dari diri sendiri untuk melakukan suatu kegiatan, misalnya dorongan untuk menggunakan *e-money*

menimbulkan minat untuk mencari dan mengetahui tentang *e-money*. Kemudian minat dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri, misalnya keinginan untuk mendapatkan kemampuan dalam berbagai kegiatan. Sedangkan faktor emosional yaitu minat yang berkaitan dengan emosi seseorang, misalnya kepuasan seseorang dalam menggunakan teknologi menimbulkan rasa royal akan suatu teknologi dan juga sebaliknya.

2.5.3 Fungsi Minat

Minat berfungsi sebagai pendorong keinginan seseorang, penguat hasrat dan juga sebagai penggerak dalam berbuat sesuatu hal yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan tertentu. Fungsi minat sangat berkaitan dengan perasaan dan pikiran. Menurut Sardiman (2001: 84) fungsi minat adalah sebagai berikut:

1. Mendorong manusia untuk berbuat, yaitu sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi.
2. Menentukan arah perbuatan, yaitu kearah tujuan yang hendak dicapai.
3. Menyeleksi perbuatan, yaitu menentukan perbuatan-perbuatan apa yang serasi guna mencapai tujuan (Mukti, 2019).

2.6 Kemudahan

Dalam menggunakan *e-money* seseorang meyakini bahwa penggunaan *e-money* merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan dari penggunaan *e-money* dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Davis et al (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami (Pratama dan Suputra, 2019). Sedangkan menurut Jogiyanto (2007: 114) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Rahmadhan, Prasetyo dan Irvana, 2016).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dapat dikatakan sejauh mana sistem dapat meringankan pekerjaannya sehingga sistem tersebut sering digunakan dan juga merupakan sebagai suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa *e-money* mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya dan juga sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa *e-money* tidak mudah digunakan, maka ia tidak akan menggunakannya. Oleh karena itu peneliti mengambil faktor kemudahan menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini.

2.7 Kemanfaatan

Menurut Rahmatsyah (2011) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut (Rahmadhan, Prasetyo dan Irvana, 2016). Sedangkan menurut Jogiyanto (2007: 115) yang dimaksud dengan manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Pratama dan Suputra, 2019).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan dalam penelitian ini yang dimaksud dengan persepsi manfaat adalah pandangan subyektif nasabah atas manfaat yang diperoleh dengan menggunakan layanan *e-money*. Jadi manfaat yang dirasakan itu merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan jika menurutnya *e-money* berguna maka ia akan menggunakannya dan juga sebaliknya, jika menurutnya *e-money* tidak berguna maka ia tidak akan menggunakannya. Keputusan untuk menggunakan *e-money* dapat timbul karena nasabah merasa yakin bahwa *e-money* dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan keefektifan kinerja bagi nasabah. Oleh karena itu peneliti

mengambil faktor kemanfaatan sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini.

2.8 Promosi

Menurut Hermawan (2014: 38) promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa suatu perusahaan mengeluarkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian (Pratiwi, 2018). Sedangkan menurut Buchari (2011: 124) promosi merupakan sebagai komunikasi yang memberikan informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mendorong mereka untuk membeli (Genady, 2018).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa promosi dalam menggunakan *e-money* merupakan suatu upaya menawarkan produk *e-money* kepada nasabah dengan tujuan untuk menarik minat menggunakannya. Jika promosi itu dapat menarik minat maka ia akan menggunakannya dan juga sebaliknya, jika promosi itu tidak dapat menarik minat maka ia tidak menggunakannya. Oleh karena itu peneliti mengambil faktor promosi sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini.

2.9 Fitur Layanan

Kelengkapan fitur layanan *e-money* merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dalam melakukan transaksi maya karena

jarak, kemampuan teknologi dalam memfasilitasi transaksi, layanan yang tidak bertatap muka dengan *teller* atau *customer service* dan masih banyak hal yang harus dipertimbangkan nasabah dalam transaksi melalui *e-money*. Menurut Kotler (2008: 273) fitur didefinisikan sebagai sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing (Theriady dan Ginting, 2015).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak. Jika menurutnya fitur layanan ini dapat dipercaya maka akan digunakannya dan juga sebaliknya, jika menurutnya fitur layanan ini tidak dapat dipercaya maka tidak digunakannya. Oleh karena itu peneliti mengambil faktor fitur layanan sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini.

2.10 Temuan Penelitian Terkait

Penelitian terkait ini bertujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya memiliki variabel dan hasil yang berbeda. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti:

Tabel 2.3
Penelitian Terkait

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dwi Marchelina dan Raisa Pratiwi (2018). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan <i>E-money</i> ".	Variabel Independen : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Variabel Dependen : Minat Penggunaan <i>E-money</i> .	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> , persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan berpengaruh positif secara parsial terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> .
2.	Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, (2016). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik".	Variabel Independen : Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Variabel Dependen : Minat Konsumen dalam Menggunakan Layanan Uang Elektronik.	Hasil penelitian ini adalah persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik

Tabel 2.3 lanjutan

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Sulistyo Seti Utami dan Berliangingsih Kusumawati, (2017). "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan <i>E-money</i> ".	Variabel penelitian terdiri dari, X 1 = Kegunaan X2 = Kemudahan, X3 = Keamanan, Y = adalah minat menggunakan <i>e-money</i> .	Hasil penelitian menunjukkan kegunaan <i>e-money</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i> . kemudahan <i>e-money</i> berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan <i>e-money</i> . keamanan <i>e-money</i> berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>e-money</i> .
4.	Sri Marti Pramudena dan Nanda Setiawan (2018). "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Mandiri <i>E-money</i> ".	Variabel Independen : Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Variabel Dependen : Minat Menggunakan <i>E-money</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan persepsi kemanfaatan dan yang mempunyai pengaruh terbesar adalah persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan kartu mandiri <i>e-money</i> .

Tabel 2.3 lanjutan

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Ana Fitriana, Irawan Wingdes (2017). "Analisis TAM terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan <i>E-money</i> Indomaret Card di Pontianak".	Variabel Independen : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kredibilitas Variabel Dependen : Minat Penggunaan <i>E-money</i> Indomaret Card.	Faktor manfaat memiliki pengaruh yang paling kuat dengan koefisien sebesar 1.131 dibandingkan kemudahan penggunaan <i>e-money</i> Indomaret Card (PEU) (koefisien sebesar 1.069) dan kredibilitas dari internet banking (PC) (koefisien sebesar 1.078).
6.	Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli dan Usep Suhud (2015). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>E-money</i> Card".	Variabel Independen : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan. Variabel Dependen : Minat Menggunakan <i>E-money</i> .	Hasil uji deskriptif menunjukkan; pengaruh signifikan persepsi manfaat terhadap niat untuk menggunakan kartu <i>e-money</i> , pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan kartu <i>e-money</i> , pengaruh signifikan ketersediaan fitur terhadap niat untuk menggunakan kartu <i>e-money</i> dan pengaruh signifikan dari kepercayaan menuju niat untuk menggunakan kartu <i>e-money</i> .

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2020 (Data diolah)

Penelitian ini tidak jauh dari program yang dilakukan Bank Indonesia untuk mengurangi penggunaan uang kertas serta membantu dalam mensosialisasikan program *less cash society*.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Adapun kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengenai minat menggunakan *e-money* sebagai variabel dependen. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu mengenai variabel independen dan studi kasusnya. Ada beberapa penelitian terdahulu yang tidak menggunakan variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

Marchelina dan Pratiwi (2018) perbedaannya terdapat pada variabel dan studi kasus dimana variabel yang digunakan adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, risiko dan fitur layanan yang berstudi kasus pada pengguna *e-money* kota Palembang. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu promosi yang berstudi kasus pada Bank Syariah Mandiri.

Priambodo dan Prabawani (2016) perbedaannya terdapat pada variabel dan studi kasus dimana variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko yang berstudi kasus pada masyarakat di kota Semarang. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu promosi dan fitur layanan yang berstudi kasus pada Bank Syariah Mandiri.

Utami dan Kusumawati (2017) perbedaannya terdapat pada variabel dan studi kasus dimana variabel yang digunakan adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan yang berstudi kasus pada mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu

promosi dan fitur layanan yang berstudi kasus pada Bank Syariah Mandiri.

Pramudena dan Setiawan (2018) perbedaannya terdapat pada variabel dan studi kasus dimana variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang berstudi kasus pada Bank Mandiri (persero) TBK cabang Jakarta Komplek 117. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu promosi dan fitur layanan yang berstudi kasus pada Bank Syariah Mandiri.

Fitriana dan Wingdes (2017) perbedaannya terdapat pada variabel dan studi kasus dimana variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat, dan persepsi kredibilitas yang berstudi kasus pada konsumen Indomaret Card di Pontianak. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu promosi dan fitur layanan yang berstudi kasus pada Bank Syariah Mandiri.

Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015) perbedaannya terdapat pada variabel dan studi kasus dimana variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi fitur layanan dan persepsi kepercayaan yang berstudi kasus pada pengguna jasa *commuterline* di Jakarta. Sedangkan dalam penelitian ini terdapat penambahan variabel yaitu promosi yang berstudi kasus pada Bank Syariah Mandiri.

2.11 Hubungan Antar Variabel

2.11.1 Pengaruh Kemudahan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan *e-money*

Kemudahan dalam menggunakan *e-money* merupakan alternatif pengganti uang kartal atau uang kertas sebagai alat pembayaran yang mudah digunakan dalam melakukan berbagai transaksi. Dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan *E-money*” menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pramudena dan Setiawan (2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Mandiri *E-money*” menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

2.11.2 Pengaruh Kemanfaatan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan *e-money*

Pada kenyataannya kebanyakan orang menggunakan sesuatu karena banyak manfaat yang dapat di ambil. Nasabah menggunakan *e-money* karena memiliki manfaat yang banyak. Manfaat yang didapat dari pengguna *e-money* adalah pembayaran

cepat, praktis dan efisien dibandingkan dengan penggunaan uang kartal atau uang kertas. Dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Peggungan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik” menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-money Card*” menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

2.11.3 Pengaruh Promosi terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan *e-money*

Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi antara penjual dan pembeli yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran guna menciptakan permintaan atas produk atau jasa yang ditawarkan. Dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Genady (2018) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan,

Kemanfaatan dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat” menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2015) yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Uang Elektronik Brizzi” menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

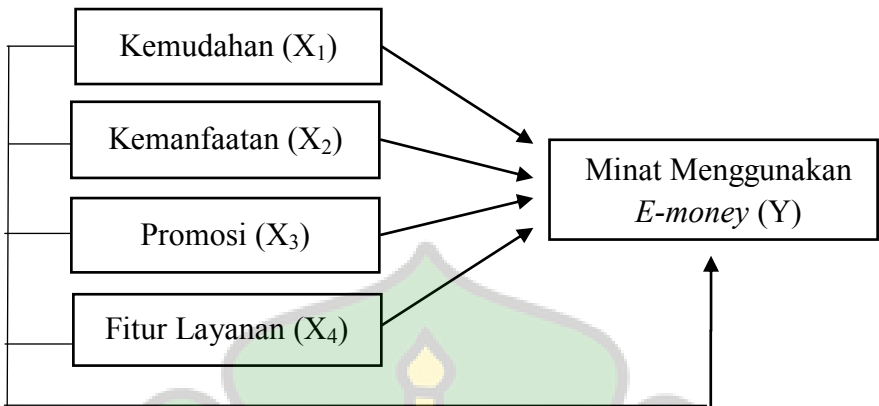
2.11.4 Pengaruh Fitur Layanan terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam Menggunakan *e-money*

Dalam mendukung suatu kinerja bisnis yang terkait dengan produk perlu adanya suatu fitur atau jenis fasilitas yang mendukung baik bagi nasabah. Fitur layanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah mudah berbelanja dimana saja, mudah melakukan pembayaran menggunakan *e-money*, mudah melakukan berbagai transaksi menggunakan *e-money* dan dapat melakukan transaksi 24 jam. Dari penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Marchelina dan Pratiwi (2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan *E-money*” menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini di

dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-money Card*” menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

2.12 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2010: 88) kerangka berfikir yang baik yaitu kerangka berfikir yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Jadi, hubungan antar variabel harus dijelaskan dalam melakukan penelitian dan perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut terdapat dua variabel atau lebih. Untuk mengetahui masalah apa yang akan dibahas, maka perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti suatu masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Maka dari itu kerangka pemikiran ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

2.13 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah prediksi awal kesimpulan sementara hubungan antara variabel dependen dan variabel independen sebelum dilakukan penelitian. Hal ini didasarkan pada tinjauan pustaka yang telah dibahas dan diuraikan serta berdasarkan penelitian terdahulu. Dari kerangka berpikir di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Ha₁: Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada Bank Syariah Mandiri.
- Ha₂: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada Bank Syariah Mandiri.
- Ha₃: Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada Bank Syariah Mandiri.

- Ha₄: Fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada Bank Syariah Mandiri.
- Ha₅: Kemanfaatan, kemudahan, promosi dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Kuncoro (2013: 145) penelitian kuantitatif adalah penelitian terapan yang datanya diukur dalam suatu skala numerik (angka) serta didalamnya terdapat data interval dan data ratio. Dalam penelitian ini memiliki hubungan kausalitas, dimana hubungan kausalitas berupa hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan pendekatan deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Pendekatan deskriptif merupakan suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan suatu gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2012: 29).

Tujuan dan arah penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *e-money* seperti faktor kemanfaatan, kemudahan, promosi dan fitur layanan dapat berpengaruh terhadap minat nasabah Bank Syariah Mandiri menggunakan *e-money*. Sehingga penelitian ini berbentuk penelitian *explanatory (causal)*. Menurut Dwiastuti (2017: 52) penelitian *explanation* adalah bentuk

penelitian yang dicirikan dengan kegiatan menguji teori secara prinsip, mengelaborasi dan memperbanyak penjelasan teori mengembangkan sebuah teori untuk mengungkap isu baru, mendukung atau menyangkal sebuah penjelasan atau prediksi, menghubungkan isu dengan prinsip umum. Penjelasan fenomena diekspresikan dengan hubungan antar variabel.

3.2 Data dan Teknik Pemerolehannya

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada.

3.2.1 Data Primer

Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket kepada nasabah Bank Syariah Mandiri. Teknik angket ini sangat efektif dalam pendekatan survei dan lebih realibel jika pertanyaannya terarah dengan baik dan efektif. Jadi, teknik ini merupakan bentuk alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku-buku, jurnal-jurnal, dokumen, brosur dan artikel yang di dapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder ini diperlukan guna mendukung pembahasan dan penelitian serta membantu dalam memperkuat data yang diperoleh.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010: 173). Populasi juga merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 115). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri.

Tabel 3.1
Populasi

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Total kenaikan nasabah
1.	2017	7800	7.800
2.	2018	8500	700
3.	2019	10.000	1.500
Total keseluruhan			10.000

Sumber: Bank Syariah Mandiri, 2020 (Data diolah)

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa adanya peningkatan nasabah dari tahun 2017-2019, total nasabah pada

tahun 2017 berjumlah 7800 kemudian pada tahun 2018, mengalami kenaikan sebesar 5% dari tahun sebelumnya sehingga total nasabah pada tahun 2018 berjumlah 8500. Pada tahun 2019 nasabah Bank Syariah Mandiri meningkat 10% dibanding tahun sebelumnya dengan total nasabah menjadi 10.000. Jadi dapat diketahui bahwa dalam tiga tahun terakhir Bank Syariah Mandiri terus mengalami peningkatan nasabah sehingga dapat ditotalkan menjadi 10.000 nasabah. Kedepannya Bank Syariah Mandiri menargetkan kenaikan nasabah hingga 20% dari tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan pihak Bank Syariah Mandiri telah meluncurkan layanan berbasis digital.

3.3.2 Sampel

Pada penelitian ini penulis mengambil populasi nasabah Bank Syariah Mandiri pada tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2017-2019 yang dijadikan sampel untuk mewakili populasi seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri. Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Anshori dan Iswati, 2009: 94). Sedangkan menurut Muhammad (2013: 162) sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Tidak semua populasi dijadikan sampel dalam penelitian dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, sehingga sampel yang di ambil dari populasi harus bersifat *representative* (dapat mewakili).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Suryani dan Hendryadi (2015: 202-203) *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin untuk mencari sampel nasabah Bank Syariah Mandiri dari 10.000 populasi, metode perumusannya adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + (N \times e^2)) \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = jumlah populasi

N = populasi

e = nilai error

Sehingga:

$$n = 10.000 / (1 + (10.000 \times 0,1^2))$$

$$n = 10.000 / (1 + (10.000 \times 0,01))$$

$$n = 10.000 / (1 + 100)$$

$$n = 10.000 / 101$$

$$n = 99,00$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel penelitian yang digunakan adalah sebanyak 99 nasabah. Jadi pada penelitian ini akan diberikan beberapa pernyataan yang telah disusun kepada 99 nasabah yang diambil untuk mewakili populasi nasabah Bank Syariah Mandiri.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian lapangan (*field research*) yang berdasarkan pengamatan secara langsung kepada objek yang akan diteliti dengan menggunakan metode angket.

3.4.1 Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan merupakan salah satu metode pengumpulan data yang langsung dilakukan kepada responden dengan tujuan memperoleh data dan informasi mengenai minat *e-money* dikalangan nasabah Bank Syariah Mandiri dengan membagikan angket kepada responden.

3.4.1.1 Angket

Menurut Unaradjan (2019: 132) angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang yang bersedia memberikan jawaban yang sesuai dan tepat dengan pertanyaannya yang bertujuan untuk mencari informasi mengenai apa yang ingin diteliti. Jenis angket yang disediakan oleh peneliti adalah angket tertutup dimana responden telah disediakan pilihan pernyataan yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *e-money* yang kemudian jawabannya dengan menggunakan skala likert. Alasan peneliti menggunakan angket tertutup ini adalah untuk mempermudah responden dalam

menjawab serta mempersingkat keterbatasan waktu dalam penelitian.

Angket ini terdiri bagian pengantar, petunjuk pengisian, identitas responden, seperti: nama, jenjang pendidikan terakhir, jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan pendapatan perbulan serta bagian instrumen penelitian yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan tanggapan responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *e-money*.

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan melalui jurnal-jurnal, buku-buku dan *website* terkait dengan pembahasan dalam penelitian ini guna melengkapi serta menambah keakuratan data atau informasi. Dokumentasi dalam penelitian ini merupakan data pendukung dari angket yang diperoleh dan dipublish dari website Bank Syariah Mandiri.

3.5 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini skala pengukuran yang peneliti gunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Situmorang, *et al.*, 2010: 5). Responden akan diminta untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan dengan lima alternative jawaban yang telah disediakan peneliti. Biasanya

cara pengisian angket ini adalah dengan menggunakan tanda atau simbol (X / \surd / O).

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Angka
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2012 (Data diolah)

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2003: 103). Yang ingin diukur adalah angket yang disusun dari konsep-konsep teori apakah memiliki validitas atau tidak. Validitas diukur dengan menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu angket dapat dikatakan valid jika pertanyaan yang tertera pada angket tersebut mampu mengungkapkan apa yang akan diukur oleh angket. Menurut Tim Penyusun (2007: 20) uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mengartikan suatu variabel.

Adapun kriteria pengujian instrumen yang dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah diketahui pertanyaan dalam penelitian ini valid dengan menggunakan uji validitas. Menurut Tim Penyusun (2007: 24) uji reliabilitas dapat dilakukan sekaligus terhadap butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, akan tetapi alangkah baiknya jika uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variabel sehingga dapat diketahui daftar variabel mana yang tidak reliabel. Sedangkan menurut Ghozali (2013: 47) Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Adapun kriteria pengujian instrumen yang dilakukan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) adalah sebagai berikut:

- Jika r alpha $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.
- Jika r alpha $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.7 Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010: 161). Sedangkan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 59). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat menggunakan *e-money*. Sedangkan pada variabel independen yang digunakan adalah kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan.

Tabel 3.3
Definisi dan Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Pengertian	Indikator	pernyataan
1.	Minat Menggunakan <i>E-money</i>	keinginan atau ketertarikan untuk mengetahui serta menggunakan <i>e-money</i> sebagai salah satu alternatif	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah dalam menggunakan <i>e-money</i> • Manfaat yang dimiliki <i>e-money</i> • Promosi mempengaruhi minat menggunakan <i>e-money</i> • Fitur layanan memengaruhi dalam menggunakan <i>e-money</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>E-money</i> mudah untuk digunakan dan dipahami • Manfaat yang dimiliki <i>e-money</i> sangat banyak • Promosi mengenai <i>e-money</i> banyak dilakukan melalui media cetak maupun media online serta sosialisasi. • <i>E-money</i> memiliki fitur layanan yang menarik

Tabel 3.3 Lanjutan

No	Variabel	Pengertian	Indikator	pernyataan
2.	Kemudahan (X1)	Kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar, artinya mudah untuk digunakan	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>e-money</i> mudah digunakan • Penggunaan <i>e-money</i> mudah dipahami • Penggunaan <i>e-money</i> sebagai alternatif pengganti uang tunai • Penggunaan <i>e-money</i> lebih fleksibel 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>e-money</i> mudah digunakan • Penggunaan <i>e-money</i> mudah dipahami • Penggunaan <i>e-money</i> sebagai alternatif pengganti uang tunai • Penggunaan <i>e-money</i> lebih fleksibel
3.	Kemanfaatan (X2)	kemanfaatan adalah tingkat keyakinan dimana seseorang yakin atau percaya pada suatu produk atau sistem dapat membantu aktivitas seseorang menjadi lebih efektif dan efisien.	<ul style="list-style-type: none"> • Proses transaksi <i>e-money</i> lebih cepat • Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> lebih efisien dan banyak diskon • Penggunaan <i>e-money</i> lebih praktis • Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> lebih teliti karena terdapat struk pembayaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Proses transaksi <i>e-money</i> lebih cepat • Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> lebih efisien dan banyak diskon • Penggunaan <i>e-money</i> lebih praktis • Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> lebih teliti karena terdapat struk pembayaran

Tabel 3.3 Lanjutan

No	Variabel	Pengertian	Indikator	pernyataan
4.	Promosi	Promosi merupakan kegiatan menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran guna menciptakan permintaan atas produk atau jasa yang ditawarkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Iklan yang menarik mengenai <i>e-money</i> • Keterbukaan mengenai informasi <i>e-money</i> • Sosialisasi mengenai <i>e-money</i> • Menyebarkan brosur kepada nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank Syariah Mandiri melakukan promosi mengenai <i>e-money</i> melalui iklan yang menarik • Bank Syariah Mandiri sangat terbuka mengenai informasi <i>e-money</i> • Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi mengenai <i>e-money</i> • Bank Syariah Mandiri melakukan promosi produk <i>e-money</i> melalui penyebaran brosur kepada nasabah
5.	Fitur Layanan	fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur layanan adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan pesaing	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah berbelanja dimana saja • Mudah melakukan pembayaran • Mudah melakukan berbagai transaksi • Dapat melakukan transaksi <i>e-money</i> 24 jam 	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah berbelanja dimana saja (di merchant mana saja) menggunakan <i>e-money</i> • Mudah melakukan pembayaran menggunakan <i>e-money</i> • Mudah melakukan berbagai transaksi menggunakan <i>e-money</i> • Dapat melakukan transaksi 24 jam

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2020 (Data diolah)

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif dimana perhitungannya menggunakan statistik. Statistik adalah sekumpulan metode yang digunakan untuk menarik kesimpulan yang masuk akal dari suatu data (Anshori dan Iswati, 2009: 116). Metode ini dibantu dengan program pengolah data statistik yaitu *software* SPSS (*Statistical Productand Service Solution*) versi 25.

3.8.1 Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel independen yaitu kemanfaatan, kemudahan, promosi dan fitur layanan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *e-money*. Menurut Sugiyono (2014: 277) persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y = minat menggunakan *e-money*

A = konstanta

β_1 - β_5 = koefesiensi regresi variabel terikat

X1 = persepsi kemanfaatan

X2 = persepsi kemudahan

X3 = persepsi fitur layanan

X4 = persepsi keamanan

E = error

Peneliti menggunakan program aplikasi *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) untuk mendeteksi variabel X dan variabel Y, lalu hasil tersebut dilakukan interpretasi dan dilihat nilai F-hitungnya yang menunjukkan uji secara simultan (bersama-sama) dalam arti variabel X_1, X_2, X_3 dan X_4 mempengaruhi variabel Y.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus terlebih dahulu dilakukan sebelum melakukan analisis regresi berganda hal ini ditujukan agar data sampel diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan serta untuk mengetahui hasil persamaan pada analisis regresi linear berganda yang dihasilkan apakah telah memenuhi asumsi teoritis atau belum (Sunyoto, 2012: 85) . Dalam uji asumsi klasik terdapat 3 macam pengujian, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Santoso (2010: 43) Uji normalitas dilakukan untuk menguji sebuah model regresi dan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal dikarenakan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka nilai berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka nilai tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016: 103) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas di antara variabel independen dapat dilihat dari nilai VIF (*Tolerance* dan *Variance Inflation Factors*).

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai toleransi $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016: 134) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika

berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikan.

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terdapat gejala heterokedastisitas.

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relatif mendekati suatu kebenaran yang “diharapkan”. (Bungin, 2011: 92). Dalam penelitian ini menggunakan dua pengujian hipotesis, yaitu uji T (parsial), uji F (simultan) dan uji koefisiensi determinasi (R^2).

3.10.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara parsial (masing-masing) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$ ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kemanfaatan secara parsial terhadap

minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_a : \beta_1 \neq 0$ ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kemanfaatan secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_0 : \beta_2 = 0$ ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kemudahan secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kemudahan secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_0 : \beta_3 = 0$ ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_a : \beta_3 \neq 0$ ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari promosi secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_0 : \beta_4 = 0$ ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari fitur layanan secara parsial terhadap

minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_a : \beta_4 \neq 0$ ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari fitur layanan secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

Untuk menguji hipotesis ini, terdapat beberapa kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:

- Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,01$ maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan pada variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,01$ maka hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh signifikan pada variabel independen terhadap variabel dependen.

3.10.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji f pada dasarnya untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$ ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kemanfaatan, kemudahan, promosi dan fitur layanan secara simultan terhadap minat penggunaan

e-money pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$ ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari kemanfaatan, kemudahan, promosi dan fitur layanan secara simultan terhadap minat penggunaan *e-money* pada nasabah Bank Syariah Mandiri.

Pengujian hipotesis ini memakai uji F yang disebut juga ANOVA (*Analysis of varian*). Pengujian Anova ini dilakukan dengan membanding antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . H_0 ditolak (berpengaruh) apabila pengujian dengan tingkat signifikan tabel Anova $< \alpha = 0,1$ dan diterima (tidak berpengaruh) apabila tingkat signifikan pada tabel Anova $> \alpha = 0,1$. Untuk menguji hipotesis ini, terdapat beberapa kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

3.10.3 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016: 95) koefisiensi determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Dan jika nilai mendekati satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen.

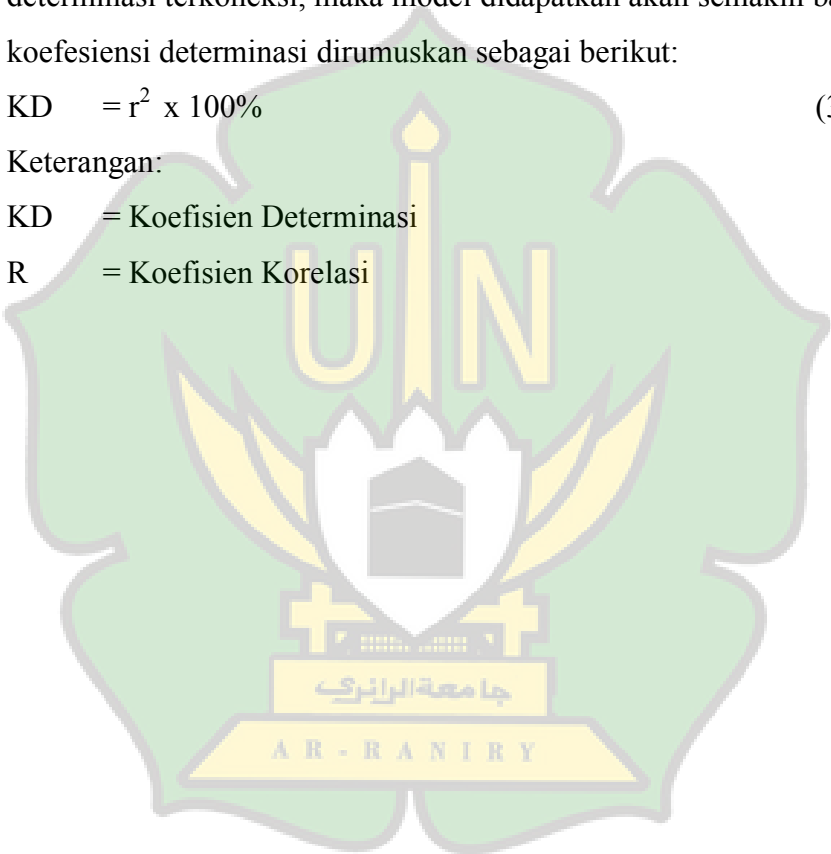
Semakin tinggi R^2 , semakin penting suatu variabel karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka uji koefisiensi determinasi ini digunakan untuk mengukur besar dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisiensi determinasi terkoneksi, maka model didapatkan akan semakin baik. koefisiensi determinasi dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (3.3)$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri sebanyak 99 orang. Karakteristik responden dibagikan mengikuti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berikut dibawah ini akan dijelaskan beberapa karakteristik responden sebagai berikut.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh, adalah:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	38	38.4	38.4	38.4
	Perempuan	61	61.6	61.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 menjelaskan bahwa jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 99 orang, terdiri dari 38 orang responden laki-laki dengan presentase 38.4% dan 61 responden perempuan dengan presentase 61.6%. Dengan demikian mayoritas

nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh adalah perempuan.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh, adalah:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	76	76.8	76.8	76.8
	25-30	6	6.1	6.1	82.8
	31-35	7	7.1	7.1	89.9
	>35	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 menjelaskan bahwa jumlah responden pada penelitian ini yang berumur 18-24 tahun berjumlah 76 orang dengan presentase 76,8%, responden yang berumur 25-30 tahun berjumlah 6 orang dengan presentase 6.1%, responden yang berumur 31-35 tahun berjumlah 7 orang dengan presentase 7.1%, dan responden yang berumur >35 tahun berjumlah 10 orang dengan presentase 10.1%. Dengan demikian mayoritas responden pada penelitian ini berumur 18-24 tahun.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah

Adapun data mengenai tahun menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh, adalah:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2017	45	45.5	45.5	45.5
	2018	22	22.2	22.2	67.7
	2019	32	32.3	32.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 menjelaskan bahwa jumlah nasabah yang menjadi responden pada tahun 2017 berjumlah 45 orang dengan presentase 45.5%, nasabah pada tahun 2018 berjumlah 22 orang dengan presentase 22.2% dan nasabah pada tahun 2019 berjumlah 32 orang dengan presentase 32.3%.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh, adalah:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	64	64.6	64.6	64.6
	Diploma	4	4.0	4.0	68.7
	Sarjana	20	20.2	20.2	88.9
	Pascasarjana	8	8.1	8.1	97.0
	Doktor	3	3.0	3.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 menjelaskan bahwa jumlah jenjang pendidikan terakhir responden SMA berjumlah 64 orang dengan presentase 64.6%, pendidikan diploma berjumlah 4 orang dengan presentase 4%, pendidikan sarjana berjumlah 20 orang dengan presentase 20.2%, pendidikan pascasarjana berjumlah 8 orang dengan presentase 8.1% dan pendidikan doktor berjumlah 3 orang dengan presentase 3%.

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh, adalah:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	67	67.7	67.7	67.7
	PNS	14	14.1	14.1	81.8
	Wiraswasta	12	12.1	12.1	93.9
	Profesional	6	6.1	6.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 menjelaskan bahwa pekerjaan responden pada penelitian ini yang mahasiswa berjumlah 67 orang dengan presentase 67.7%, PNS berjumlah 14 orang dengan presentase 14.1%, wiraswasta berjumlah 12 orang dengan presentase 12.1% dan professional berjumlah 6 orang dengan presentase 6.1%.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Validitas tiap butir pernyataan dalam angket penelitian diketahui dengan membandingkan koefisien korelasi (r hitung) dari setiap pernyataan terhadap nilai kritis (r tabel). Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi 10%, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan valid.

Untuk mengetahui soal valid atau tidaknya, dapat diketahui nilai r hitung dibandingkan tabel r *product moment* untuk df (Derajat Kebebasan) = $n-2=99-2= 97$ untuk α sebesar 10% atau signifikansi 0,1 adalah 0,1663. Jika r hitung $>$ r tabel maka soal tersebut valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1_1	0,834	0,1663	Valid
	X1_2	0,841	0,1663	Valid
	X1_3	0,792	0,1663	Valid
	X1_4	0,789	0,1663	Valid
Kemanfaatan (X2)	X2_1	0,810	0,1663	Valid
	X2_2	0,840	0,1663	Valid
	X2_3	0,838	0,1663	Valid
	X2_4	0,782	0,1663	Valid
Promosi (X3)	X3_1	0,856	0,1663	Valid
	X3_2	0,865	0,1663	Valid
	X3_3	0,898	0,1663	Valid
	X3_4	0,856	0,1663	Valid
Fitur Layanan (X4)	X4_1	0,847	0,1663	Valid
	X4_2	0,943	0,1663	Valid
	X4_3	0,876	0,1663	Valid
	X4_4	0,835	0,1663	Valid
Minat Menggunakan E-money(Y)	Y1_1	0,850	0,1663	Valid
	Y1_2	0,899	0,1663	Valid
	Y1_3	0,877	0,1663	Valid
	Y1_4	0,866	0,1663	Valid

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kemudahan	0,828	$>0,60$	Reliabel
Kemanfaatan	0,834	$>0,60$	Reliabel
Promosi	0,892	$>0,60$	Reliabel
Fitur Layanan	0,898	$>0,60$	Reliabel
Minat	0,895	$>0,60$	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), promosi (X_3), fitur layanan (X_4) dan minat (Y) mempunyai Cronbach's Alpha diatas 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dapat dikatakan reliabel sehingga masing-masing konsep variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

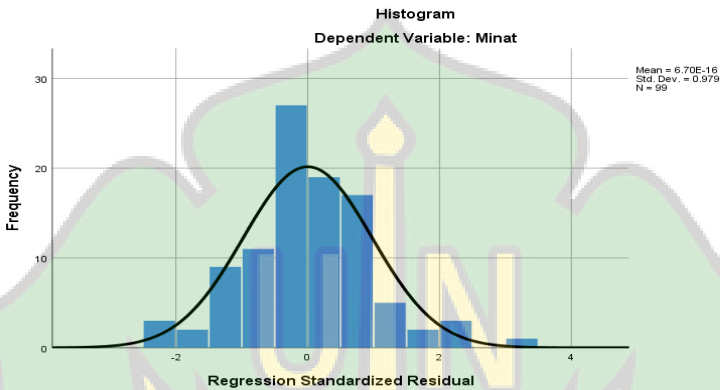
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.8
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		99
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31024455
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.070
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

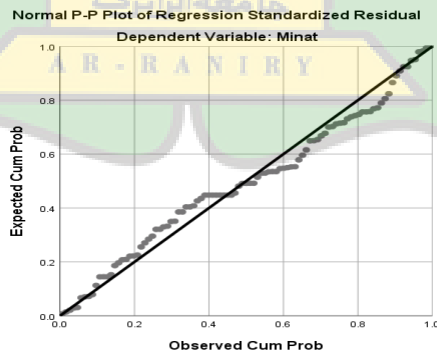
Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada uji Kolmogrov-Smirnov adalah 0,096 yaitu lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji terbukti berdistribusi secara normal.



Gambar 4.1
Histogram Uji Normalitas dengan SPSS

Dari gambar 4.1 grafik histogram membentuk pola lonceng sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel berdistribusi normal.



Gambar 4.2
P-P Plot Uji Normalitas dengan SPSS

Pada gambar 4.2 probability plot menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolonieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang dan juga sebaliknya jika toleransi $> 0,10$ atau $VIF < 0,10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.9
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.770	.903		.853	.396		
	Kemudahan	.146	.074	.144	1.978	.051	.454	2.201
	Kemanfaatan	.187	.079	.183	2.377	.019	.405	2.470
	Promosi	.355	.056	.411	6.377	.000	.578	1.729
	Fitur Layanan	.275	.084	.288	3.254	.002	.306	3.272

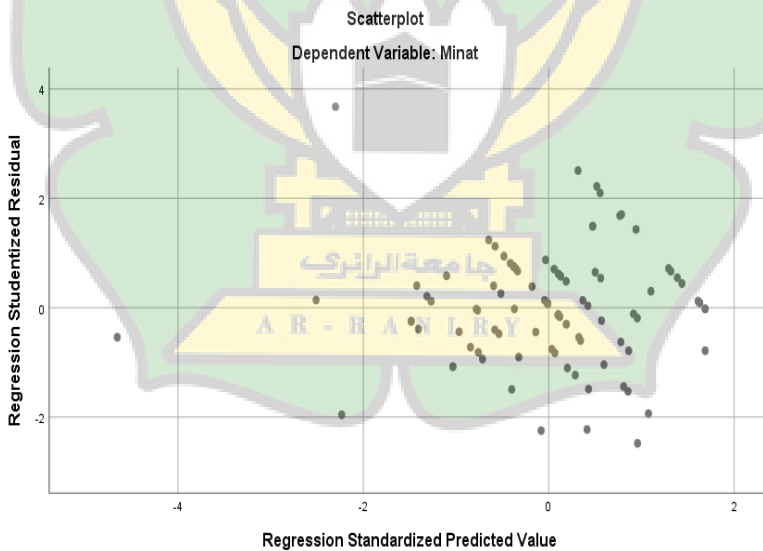
a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai toleransi yang lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat hubungan multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Adapun gambar uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut



Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas (Uji Scatter Plot)

Berdasarkan gambar 4.3. Titik-titik data menyebar di atas atau pun di bawah angka nol, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak berpola. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Metode Analisis Data

4.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.770	.903		.853	.396
	Kemudahan	.146	.074	.144	1.978	.051
	Kemanfaatan	.187	.079	.183	2.377	.019
	Promosi	.355	.056	.411	6.377	.000
	Fitur Layanan	.275	.084	.288	3.254	.002

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui koefisien untuk variabel kemudahan (X_1) sebesar 0,146, variabel kemanfaatan (X_2) sebesar 0,187, variabel promosi (X_3) sebesar 0,335 dan variabel fitur layanan (X_4) sebesar 0,275 dengan konstanta 0,770. Rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = (0,770) + 0,146 X_1 + 0,187 X_2 + 0,335 X_3 + 0,275 X_4 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- a. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, pengaruhnya sebesar 0,146 artinya jika kemudahan meningkat maka minat menggunakan *e-money* juga meningkat.
- b. Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, pengaruhnya sebesar 0,187 artinya jika kemanfaatan meningkat maka minat menggunakan *e-money* juga meningkat.
- c. Promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, pengaruhnya sebesar 0,335 artinya jika promosi meningkat maka minat menggunakan *e-money* juga meningkat.
- d. Fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, pengaruhnya sebesar 0,275 artinya jika fitur layanan meningkat maka minat menggunakan *e-money* juga meningkat.

Variabel yang memengaruhi minat menggunakan *e-money* paling besar adalah promosi sebesar 0,335, kemudian variabel fitur

layanan sebesar 0,275, selanjutnya variabel kemanfaatan sebesar 0,187 dan terakhir variabel kemudahan sebesar 0,146.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilaksanakan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan $df = n-k-1$ ($99-4-1$) = 94 pada tingkat signifikansi 0,1 yaitu sebesar 1,29062. Jika t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,29062 atau nilai signifikansinya kurang dari 0,1 maka variabel independen (X) berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	.770		
	Kemudahan	.146	.074	.144	1.978	.051
	Kemanfaatan	.187	.079	.183	2.377	.019
	Promosi	.355	.056	.411	6.377	.000
	Fitur Layanan	.275	.084	.288	3.254	.002

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1 Pengaruh Variabel Kemudahan (X_1) Terhadap Minat (Y)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,051 dengan probabilitas signifikansi $0,051 < 0,1$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $1,978 > 1.290$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

b. Pengujian Hipotesis 2 Pengaruh Variabel Kemanfaatan (X_2) terhadap Minat (Y)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,019 dengan probabilitas signifikansi $0,019 < 0,1$ dan hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $2,377 > 1.290$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat.

c. Pengujian Hipotesis 3 Pengaruh Variabel promosi (X_3) terhadap Minat (Y)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,1$ dan hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $6,377 > 1.290$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

d. Pengujian Hipotesis 4 Pengaruh Variabel Fitur Layanan (X_4) terhadap Minat (Y)

Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,002 dengan probabilitas signifikansi $0,002 < 0,1$ dan hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $3,254 > 1.290$. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis 4 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

4.5.2 Uji f (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Adapun pengujian dalam uji f ini yaitu dengan menggunakan satu tabel

yang disebut dengan tabel ANOVA (*Analisis of Variance*). Jika f hitung $>$ f tabel maka H_a diterima dan H_0 ditolak dan juga sebaliknya jika f hitung $<$ f tabel maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Berikut merupakan hasil uji f :

Tabel 4.12
Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	578.264	4	144.566	80.773	.000 ^b
	Residual	168.241	94	1.790		
	Total	746.505	98			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Promosi, Kemudahan, Kemanfaatan

Sumber: Data Primer, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diperoleh nilai f hitung sebesar 80,773 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Tingkat signifikansi 10% dan $df_1 = 4$, $df_2 = 94$ didapatkan f tabel sebesar 2,01. Nilai f hitung (80,773) $>$ f tabel (2,01) maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-money*, artinya hipotesis diterima.

4.5.3 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji koefisiensi determinasi digunakan untuk mengukur besar dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisiensi determinasi terkoneksi, maka model didapatkan akan

semakin baik. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Dan jika nilai mendekati satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisiensi determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Uji Koefisiensi determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.775	.765	1.33783

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Promosi, Kemudahan, Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer (diolah), 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diketahui besarnya angka *R Square* adalah 0,775 atau sebesar 77,5%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan *e-money* adalah 77,5%, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 77,5\% = 22,5\%)$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Faktor kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Berdasarkan hipotesis pertama, dapat diketahui bahwa kemudahan sangat mendukung untuk meningkatkan minat nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh dalam menggunakan *e-money*. Semakin tinggi tingkat kemudahan untuk digunakan, dipahami dan fleksibel maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Hal ini sejalan dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Utami dan Kusumawati (2017) variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pramudena dan Setiawan (2018) yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.6.2 Pengaruh Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Faktor kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Berdasarkan hipotesis kedua, dapat diketahui bahwa apabila *e-money* memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya, maka pengguna akan senantiasa menggunakan *e-money*. Hal ini dapat secara

langsung mempengaruhi minat menggunakan *e-money* dan juga sebaliknya jika *e-money* tidak memberikan manfaat kepada pengguna maka pengguna tidak akan berminat menggunakan *e-money*. Artinya semakin banyak manfaat yang dirasakan pengguna seperti proses transaksi lebih cepat, lebih efisien, banyak diskon, dan lebih praktis, maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015) yang menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Faktor promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Berdasarkan hipotesis ketiga, dapat diketahui bahwa promosi sangat mendukung untuk meningkatkan minat nasabah Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan *e-money*. Ini merupakan faktor yang paling mempengaruhi minat nasabah Bank Syariah Mandiri dibanding dengan faktor-faktor yang lain. Semakin banyak promosi dilakukan

seperti iklan yang menarik, keterbukaan informasi, sosialisasi *e-money* dan menyebarkan brosur kepada nasabah maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Genady (2018) menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2015) yang menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.6.4 Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Faktor fitur layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Berdasarkan hipotesis keempat, dapat diketahui bahwa fitur layanan sangat mendukung untuk meningkatkan minat nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh dalam menggunakan *e-money*. Semakin banyak fitur layanan yang disediakan seperti dapat berbelanja dimana saja, mudah melakukan pembayaran, mudah melakukan berbagai macam transaksi dan dapat bertransaksi selama 24 jam maka semakin tinggi minat menggunakan *e-money*.

Penelitian yang dilakukan oleh Marchelina dan Pratiwi (2018) bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal ini di dukung oleh

penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015) yang menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

4.6.5 Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Promosi dan Fitur Layanan Secara Simultan terhadap Minat Menggunakan *E-money*

Faktor kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Berdasarkan hipotesis kelima, dapat diketahui bahwa kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan sangat mendukung untuk meningkatkan minat dalam menggunakan *e-money*. Semakin banyak kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan yang terdapat dalam produk *e-money* maka semakin tinggi minat nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh dalam menggunakan *E-money*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

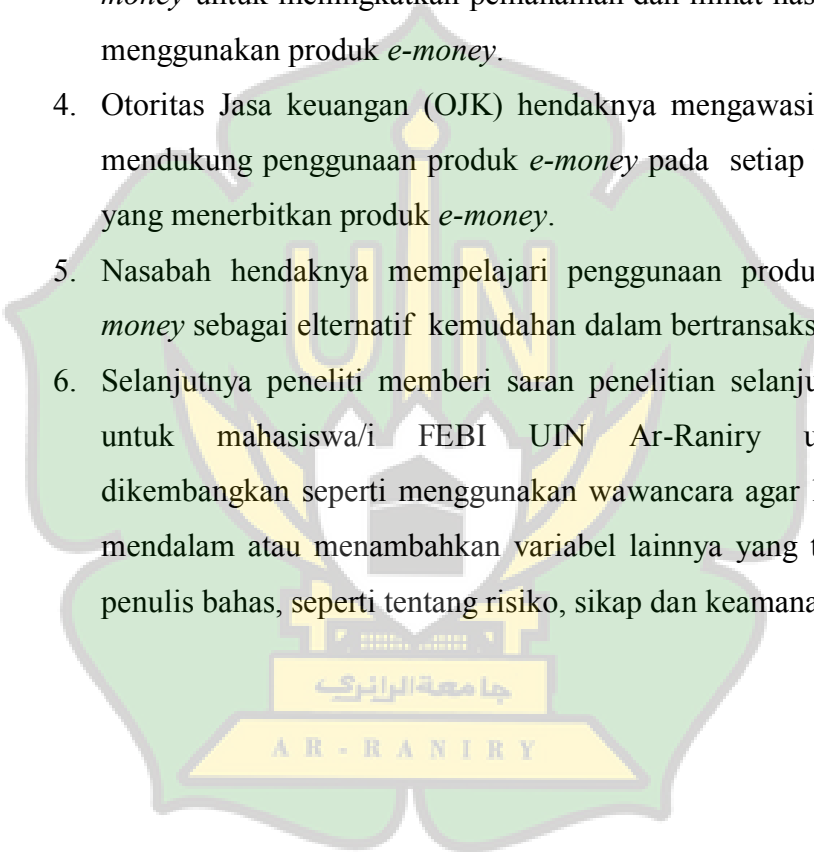
1. Kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
2. Kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
3. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
4. Fitur layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.
5. Kemudahan, kemanfaatan, promosi dan fitur layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan permasalahan yang diangkat oleh peneliti, maka dari itu penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Bank seharusnya dapat lebih meningkatkan fitur layanan yang lebih inovatif agar dapat digunakan oleh masyarakat ramai.

2. Bank Syariah Mandiri seharusnya terus berupaya dalam meningkatkan serta menarik minat nasabah dalam menggunakan produk *e-money*.
3. Pemerintah hendaknya melakukan sosialisasi penggunaan *e-money* untuk meningkatkan pemahaman dan minat nasabah menggunakan produk *e-money*.
4. Otoritas Jasa keuangan (OJK) hendaknya mengawasi dan mendukung penggunaan produk *e-money* pada setiap bank yang menerbitkan produk *e-money*.
5. Nasabah hendaknya mempelajari penggunaan produk *e-money* sebagai alternatif kemudahan dalam bertransaksi.
6. Selanjutnya peneliti memberi saran penelitian selanjutnya untuk mahasiswa/i FEBI UIN Ar-Raniry untuk dikembangkan seperti menggunakan wawancara agar lebih mendalam atau menambahkan variabel lainnya yang tidak penulis bahas, seperti tentang risiko, sikap dan keamanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditiyawardman. (2014). *Jasa Marga Kesulitan Siapkan Uang Kembali*.
- Ahmad., dan Pambudi, Bambang Setiyo. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*. Vol 8, No 1.
- Andrianto., dan Firmansyah, M. Anang. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Anendro, Imam. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri terhadap Penggunaan *E-money*. Skripsi. Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Yogyakarta.
- Anshori, Muslich., Iswati, Sri. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Erlangga University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arifin, Zainul. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Azkia Publisher.
- Arifin, Zainul. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Bank Indonesia. (2007). Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.
- Bank Indonesia. (2008). Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/16/PBI/2008 perubahan dari Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah Dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah.
- Bank Indonesia. (2013). *Perkembangan Uang Beredar*. Jakarta.
- Bank Indonesia. (2014). *Bank Indonesia Menganangkan Gerakan Nasional Non Tunai*. Jakarta.
- Bank Indonesia. (2018). Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
- Buchari, Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana.
- Crow, Crow. (1973). *An Out Line of General Psychologi*, Lithfe Field Adam and Co: New York, Dewa Ketut Sukardi. (1994). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Aksara Baru.
- Darmadi. (2017). *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Daurrohmah, Eka Wirajuang. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank BNI Syariah KC Yogyakarta terhadap Penggunaan Kartu Debet. Skripsi. Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Yogyakarta.

- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., Dan Warshaw, P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*. 35 (8), 982-1003.
- Dwiastuti, Rini. (2017). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Dilengkapi Pengenalan Berbagai Prespektif Pendekatan Metode Penelitian*. Malang: Tim UB press.
- Endriani, Siti. (2015). *Konsep Uang: Ekonomi Islam Vs Ekonomi Konvensional*. *Anterior Jurnal*. Vol 15, No 1.
- Fatwa DSN Nomor: 28/DSN/MUI/III/2002 tentang jual beli mata uang (*sharf*)
- Fitriana, Ana., dan Wingdes, Irawan. (2017). Analisis TAM terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan *E-money* Indomaret Card di Pontianak. *Jurnal Techno.Com*. Vol 16, No 4.
- Genady, Dien Ilham. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Promosi Uang Elektronik terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta). Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Perbankan Syariah. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayati, Siti., Nuryanti, Ida., Firmansyah, Agus., Fadly, Aulia., dan Darmawan, Isnu Yuwana. (2006). *Kajian Operasional*. Bank Indonesia. Jakarta.
- Huda, Nurul., Heykal, Mohamad. (2010). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*. Jakarta: kencana.

- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Karim, Adiwarman. (2004). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Giga Bawa., Astute, Ending Siti., dan Dewantara RizkiYudhi. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor CabangRembang, Jawa Tengah. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 1, No 2.
- Marchelina, Dwi., Pratiwi, Raisa. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan *E-money*.
- Muchtar, Bustari., Rahmidani, Rose., dan Siwi, Menik Kurnia. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Kencana.
- Mudrajat, Kuncoro. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mukti, Muhammad Sugih. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa terhadap Penggunaan Uang Elektronik. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Fakultas Ilmu Tarbiah dan Keguruan, Program Studi Ilmu Pengetahuan Sosial. Jakarta.

- Pangaribuan, Joseph. (2018). *Delusi Moneter (Paradigma yang Berbeda Tentang Uang Sistem Keuangan dalam Permasalahannya)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pramudena, Sri Marti., dan Setiawan, Nanda. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Konsumen Menggunakan Kartu Mandiri *E-money* (Studi Kasus Bank Mandiri Persero TBK Cabang Jakarta Komplek 117). *Jurnal Ilmiah Binaniaga*. Vol 14, No 1.
- Pratama, Andhika Bayu., Suputra, I Dewa Gede Dharma. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan *E-money*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol 27, No 2.
- Pratiwi, Nidya Intan. (2018). Pengaruh Promosi dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Uang Elektronik Brizzi (Survey pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Persero KC Bandung Kopo). Skripsi. Universitas Pasundan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen. Bandung.
- Pratiwi, Thirsa Sari. (2015). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Kesesuaian Harga terhadap Minat Menggunakan Kartu Flazz BCA dalam Menggerakkan *Financial Inclusion* di Surabaya. Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Jurusan Manajemen. Surabaya.
- Priambodo, Singgih., dan Prabawani, Bulan. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang).

- Rahmatsyah, Deni. (2011). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus Uang Elektronik Kartu Flazz BCA). Thesis. Universitas Indonesia. Depok.
- Ramadhan, Adi Firman., Prasetyo, Andrian Budi., dan Irviana, Lala. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan *E-money*. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*. Vol 13, No 2.
- Rivai, Veithzal., Veithzal, Andria Permata., dan Indroes, Ferry N. (2007). *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sadirman. (2001). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Multivariat (Konsep Aplikasi Dengan SPSS)*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Santoso, Singgih. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, Septi Wulan. (2016). Perkembangan dan Pemikiran Uang dari Masa ke Masa. *An-Nisbah*. Vol 8, No 1.
- Schmitt, Bernd H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Your Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate To Your Company And Brands*. New York: *The Free Press*.
- Situmorang et al. (2010). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Soemitra, Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Solimun., Armanu., dan Fernandes, Adji Achmad Rinaldo. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem*. Malang: UB Press.

- Subari, Sri Mulyati Tri., dan Ascarya. (2017). *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia, Seri Kebank Sentralan. No 8*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebank Sentralan (PPSK). Bank Indonesia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryani Dan Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Theriady, Hans Setiawan., dan Ginting, Dahlia Br. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-Banking (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung). *Media Informatika*. Vol 14, No 2.
- Tim Penyusun. (2007). *Modal Praktikum (Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Program Studi Manajemen SI Fakultas Bisnis dan Manajemen.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset (Panduan Mahasiswa yang Melaksanakan Riset Dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Hasil)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atmajaya.
- Utami, Sulisty Seti., dan Kusumawati, Berlianingsih. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-money* (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Jurnal Balance*. Vol XIV, No 2.

- Vhistika, Nisa Indira. (2017). Pengaruh Tingkat Pemahaman *E-money* dan Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik di Wilayah Tanah Abang). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi pada Program Studi Akuntansi. Yogyakarta.
- Wibowo, Setyo Ferry., Rosmauli, Dede., dan Suhud, Usep. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-money* Card (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Vol 6, No 1.
- Zulqarnain, Sholehuddin. (2017). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada). Skripsi. Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket Penelitian

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG BANDA ACEH DALAM MENGGUNAKAN *E-MONEY*

Saya Febrina Rezky, mahasiswi tingkat akhir di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh. Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banda Aceh dalam Menggunakan *E-money*.**” Angket ini dibuat sehubungan dengan pelaksanaan persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana (S1) dan memerlukan serangkaian observasi dan pengumpulan data serta informasi yang diperlukan, maka saya memohon kesediaan bapak/ibu meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam angket ini. Data yang bapak/ibu isikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Febrina Rezky

Petunjuk pengisian kuisioner

Berikut ini adalah petunjuk dalam mengisi kuisioner:

1. Bacalah semua pertanyaan dengan baik dan seksama.
2. Berilah tanda (\surd) atau (O) atau (X) dalam menjawab setiap pertanyaan.
3. Dalam menjawab pertanyaan kuisioner ini tidak ada jawaban yang dianggap salah.

PROFIL RESPONDEN

Nama:

A. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Responden
 - a. 18 - 24 tahun
 - b. 25 - 30 tahun
 - c. 31 – 35 tahun
 - d. > 35 tahun
3. Pendidikan Terakhir
 - a. SMA
 - b. Diploma III
 - c. Sarjana (S1)
 - d. Pasca Sarjana (S2)
 - e. Doktor (S3)
4. Pekerjaan
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri Sipil
 - c. Wiraswasta
 - d. Profesional (dokter, dll)

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

1) Persepsi Kemudahan (X_2)

No	Persepsi Kemudahan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Penggunaan <i>e-money</i> mudah digunakan					
2.	Penggunaan <i>e-money</i> mudah dipahami					
3.	Penggunaan <i>e-money</i> sebagai alternatif pengganti uang tunai					
4.	Penggunaan <i>e-money</i> lebih fleksibel					

2) Persepsi Kemanfaatan (X_1)

No	Persepsi Kemanfaatan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Proses transaksi <i>e-money</i> lebih cepat					
2.	Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> lebih efisien dan banyak diskon					
3.	Penggunaan <i>e-money</i> lebih praktis					
4.	Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> lebih teliti karena terdapat struk pembayaran					

3) Promosi (X₃)

No	Persepsi Promosi	STS	TS	KS	S	SS
1.	Bank Syariah Mandiri melakukan promosi mengenai <i>e-money</i> melalui iklan yang menarik					
2.	Bank Syariah Mandiri sangat terbuka mengenai informasi <i>e-money</i>					
3.	Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi mengenai <i>e-money</i>					
4.	Bank Syariah Mandiri melakukan promosi produk <i>e-money</i> melalui penyebaran brosur kepada nasabah					

4) Fitur Layanan (X₄)

No	Persepsi Fitur Layanan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Mudah berbelanja dimana saja (di merchant mana saja) menggunakan <i>e-money</i>					
2.	Mudah melakukan pembayaran menggunakan <i>e-money</i>					
3.	Mudah melakukan berbagai transaksi menggunakan <i>e-money</i>					
4.	Dapat melakukan transaksi 24 jam					

5) Minat Menggunakan *E-money* (Y)

No	Minat menggunakan <i>e-money</i>	STS	TS	KS	S	SS
1.	<i>E-money</i> mudah untuk digunakan dan dipahami					
2.	Manfaat yang dimiliki <i>e-money</i> sangat banyak					
3.	Promosi mengenai <i>e-money</i> banyak dilakukan melalui media cetak maupun media online serta sosialisasi.					
4.	<i>E-money</i> memiliki fitur layanan yang menarik					



Lampiran 2. Tanggapan Responden dan Karakteristik

Responden

A. Tanggapan Responden

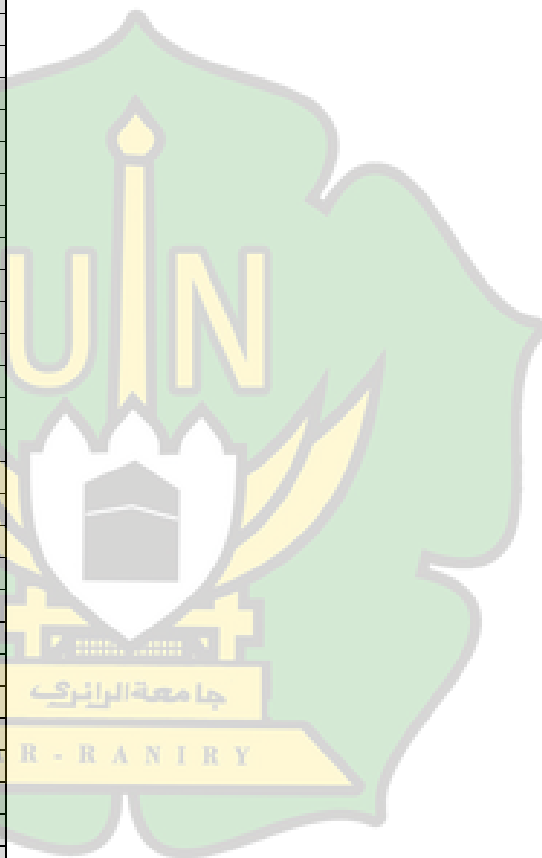
No	Kemudahan (X1)					Kemanfaatan (X2)					Promosi (X3)					Fitur Layanan (X4)				
1	3	3	4	2	12	2	2	3	2	9	2	3	3	2	10	3	2	2	3	10
2	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20
3	3	4	4	4	15	4	5	3	5	17	3	4	3	4	14	5	3	4	2	14
4	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18
5	4	3	5	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
6	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
7	4	3	4	5	16	5	4	4	4	17	3	5	5	4	17	5	5	5	5	20
8	4	3	5	3	15	5	4	5	4	18	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13
9	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
12	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	5	5	4	5	19
13	4	3	3	3	13	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	3	2	3	4	12
14	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
17	4	4	5	5	18	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
18	4	4	5	4	17	5	2	4	5	16	2	2	2	2	8	4	4	5	5	18
19	5	5	4	5	19	5	4	4	4	17	2	3	1	1	7	4	4	5	4	17
20	5	4	3	3	15	5	4	4	4	17	4	5	4	2	15	3	4	3	5	15
21	4	3	4	4	15	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16	4	5	4	3	16	5	5	5	5	20
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	4	3	2	12	5	5	5	5	20
25	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
26	2	2	5	2	11	2	2	2	5	11	5	3	3	3	14	3	3	3	5	14
27	4	3	4	5	16	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	5	4	4	5	18
28	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
29	4	4	3	4	15	4	4	4	5	17	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15
30	5	3	3	4	15	4	5	5	4	18	3	2	1	3	9	4	4	4	5	17
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
32	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	3	3	3	4	13	4	5	5	5	19
33	4	3	2	4	13	4	3	4	5	16	3	5	2	4	14	4	4	4	4	16
34	3	3	4	4	14	4	4	3	4	15	2	4	4	3	13	3	3	4	4	14
35	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
36	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20

37	4	4	5	4	17	4	4	5	3	16	4	4	3	4	15	5	4	4	4	17
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16
39	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	3	3	3	4	13	4	5	5	5	19
40	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	3	4	3	4	14	3	4	4	4	15
41	4	4	4	5	17	4	3	5	4	16	4	3	5	4	16	5	5	4	5	19
42	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	4	4	3	3	14
43	4	3	4	5	16	5	4	4	4	17	3	4	3	3	13	5	5	4	4	18
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18
45	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
46	2	1	4	4	11	5	4	4	5	18	5	2	2	3	12	4	4	4	5	17
47	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
48	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	4	4	3	3	14
49	4	4	5	4	17	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
51	4	4	3	5	16	4	4	3	4	15	3	5	4	5	17	2	4	5	4	15
52	4	4	4	3	15	4	4	5	5	18	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15
53	3	4	4	3	14	3	4	4	4	15	3	3	3	4	13	3	4	3	5	15
54	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	3	3	3	2	11	3	2	2	4	11
55	3	3	3	3	12	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8	2	2	4	4	12
56	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
57	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
58	4	4	3	3	14	4	3	3	3	13	3	4	3	4	14	3	4	3	4	14
59	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
60	4	5	4	4	17	5	4	4	3	16	4	3	5	5	17	5	4	4	4	17
61	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
63	5	4	3	3	15	3	4	4	5	16	4	3	3	4	14	5	5	5	5	20
64	4	4	4	3	15	3	3	4	3	13	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	4	3	3	14	5	5	4	5	19
67	2	1	2	2	7	4	4	4	3	15	1	2	2	2	7	2	3	3	2	10
68	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
71	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
72	3	3	5	4	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
73	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18	4	4	3	4	15	4	5	5	5	19
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
75	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
76	4	3	4	4	15	5	3	4	3	15	4	4	4	4	16	2	3	4	4	13
77	5	4	5	5	19	4	3	3	3	13	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
78	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
79	3	3	4	5	15	4	4	3	5	16	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18

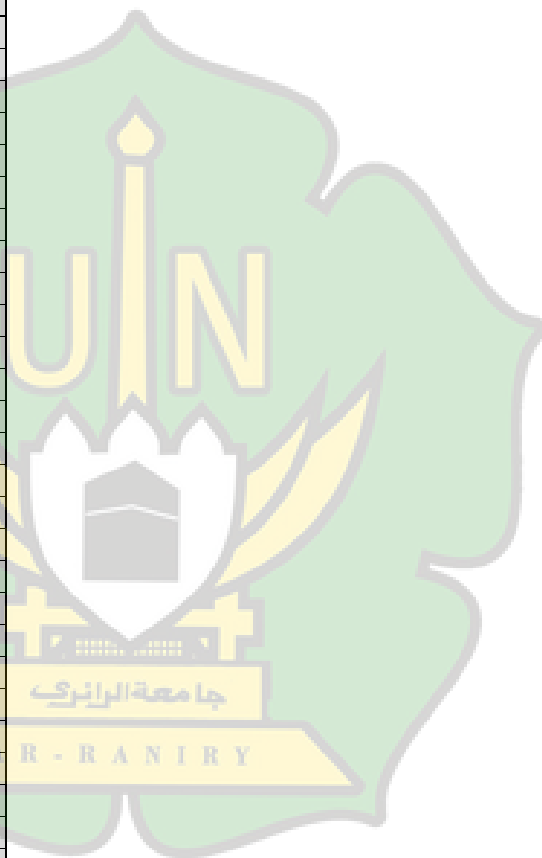
80	4	4	4	4	16	5	3	5	4	17	4	4	4	4	16	3	4	3	5	15
81	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
82	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
83	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14	4	4	5	2	15	4	3	3	3	13
86	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
87	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
88	5	5	5	4	19	3	4	4	2	13	2	2	4	4	12	5	5	5	5	20
89	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
91	3	4	3	4	14	3	2	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
92	5	4	2	2	13	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19
93	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	3	5	16
94	4	4	5	4	17	3	3	3	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
95	4	4	5	4	17	3	3	3	4	13	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
96	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
97	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
98	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15
99	5	5	5	1	16	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20



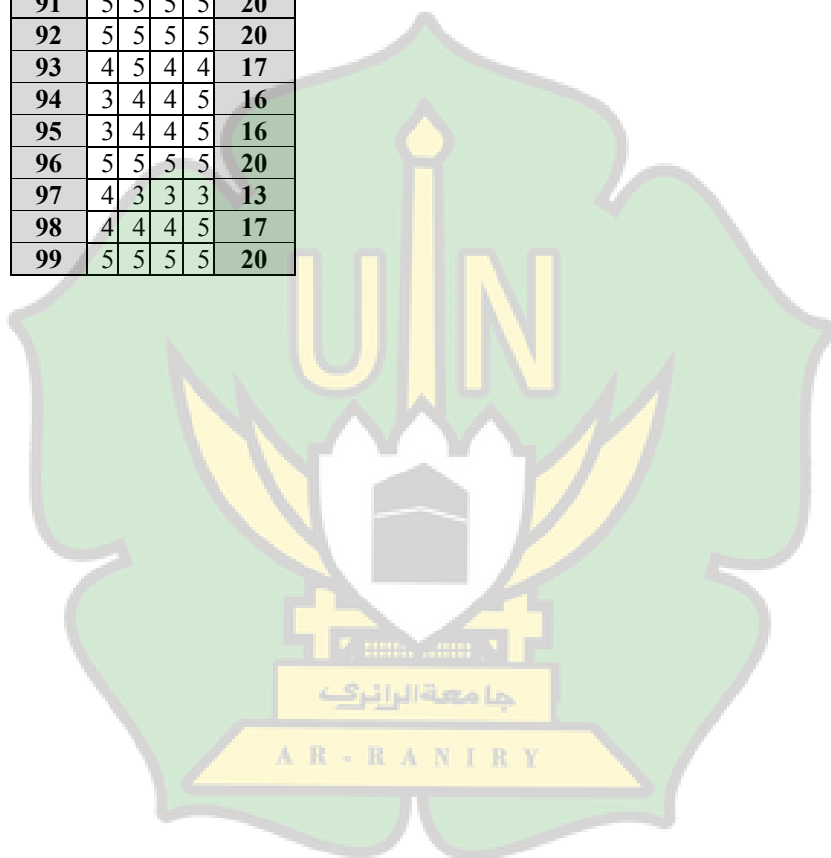
No	Minat Menggunakan <i>E-money</i> (Y)				
1	2	2	2	2	8
2	4	4	5	5	18
3	3	2	3	5	13
4	4	4	5	5	18
5	4	5	4	4	17
6	1	1	1	1	4
7	4	4	5	4	17
8	3	4	3	4	14
9	5	5	4	5	19
10	3	3	3	3	12
11	4	4	4	4	16
12	4	3	3	4	14
13	3	4	3	3	13
14	4	4	4	4	16
15	5	5	5	5	20
16	5	5	4	5	19
17	4	4	3	4	15
18	5	4	2	3	14
19	4	3	2	4	13
20	4	4	3	4	15
21	4	4	4	4	16
22	5	5	5	5	20
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	3	3	3	3	12
26	2	3	4	5	14
27	3	3	4	4	14
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	3	4	3	3	13
31	4	4	4	4	16
32	4	5	5	5	19
33	3	4	4	4	15
34	4	3	3	3	13
35	4	4	4	4	16
36	4	4	3	4	15
37	5	4	4	4	17
38	4	4	4	4	16
39	4	5	5	5	19
40	4	4	4	4	16



41	4	5	5	4	18
42	3	3	3	3	12
43	4	5	4	4	17
44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	4	4	3	4	15
47	4	4	4	4	16
48	3	3	3	3	12
49	5	5	5	5	20
50	4	4	4	4	16
51	5	4	4	4	17
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	4	2	3	13
55	4	3	4	4	15
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	4	4	3	3	14
59	4	4	4	5	17
60	4	4	5	4	17
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	3	4	15
64	3	3	4	3	13
65	4	4	4	4	16
66	4	4	3	4	15
67	2	3	3	2	10
68	4	5	4	4	17
69	4	4	3	4	15
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	4	5	3	17
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	5	20
79	5	5	4	4	18
80	3	4	4	4	15
81	4	4	3	4	15
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16



84	4	4	4	4	16
85	3	3	4	4	14
86	3	3	3	3	12
87	4	4	4	4	16
88	3	4	3	3	13
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20
93	4	5	4	4	17
94	3	4	4	5	16
95	3	4	4	5	16
96	5	5	5	5	20
97	4	3	3	3	13
98	4	4	4	5	17
99	5	5	5	5	20



B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	38	38.4	38.4	38.4
	Perempuan	61	61.6	61.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	76	76.8	76.8	76.8
	25-30	6	6.1	6.1	82.8
	31-35	7	7.1	7.1	89.9
	>35	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

3. Karakteristik Berdasarkan Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2017	45	45.5	45.5	45.5
	2018	22	22.2	22.2	67.7
	2019	32	32.3	32.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	64	64.6	64.6	64.6
	Diploma	4	4.0	4.0	68.7
	Sarjana	20	20.2	20.2	88.9
	Pascasarjana	8	8.1	8.1	97.0
	Doktor	3	3.0	3.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

5. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	67	67.7	67.7	67.7
	PNS	14	14.1	14.1	81.8
	Wiraswasta	12	12.1	12.1	93.9
	Profesional	6	6.1	6.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	



Lampiran 3. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1_1	0,834	0,1663	Valid
	X1_2	0,841	0,1663	Valid
	X1_3	0,792	0,1663	Valid
	X1_4	0,789	0,1663	Valid
Kemanfaatan (X2)	X2_1	0,810	0,1663	Valid
	X2_2	0,840	0,1663	Valid
	X2_3	0,838	0,1663	Valid
	X2_4	0,782	0,1663	Valid
Promosi (X3)	X3_1	0,856	0,1663	Valid
	X3_2	0,865	0,1663	Valid
	X3_3	0,898	0,1663	Valid
	X3_4	0,856	0,1663	Valid
Fitur Layanan (X4)	X4_1	0,847	0,1663	Valid
	X4_2	0,943	0,1663	Valid
	X4_3	0,876	0,1663	Valid
	X4_4	0,835	0,1663	Valid
Minat Menggunaka <i>E-money</i> (Y)	Y1_1	0,850	0,1663	Valid
	Y1_2	0,899	0,1663	Valid
	Y1_3	0,877	0,1663	Valid
	Y1_4	0,866	0,1663	Valid

Lampiran 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kemudahan	0,828	>0,60	Reliabel
Kemanfaatan	0,834	>0,60	Reliabel
Promosi	0,892	>0,60	Reliabel
Fitur Layanan	0,898	>0,60	Reliabel
Minat	0,895	>0,60	Reliabel

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31024455
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.070
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

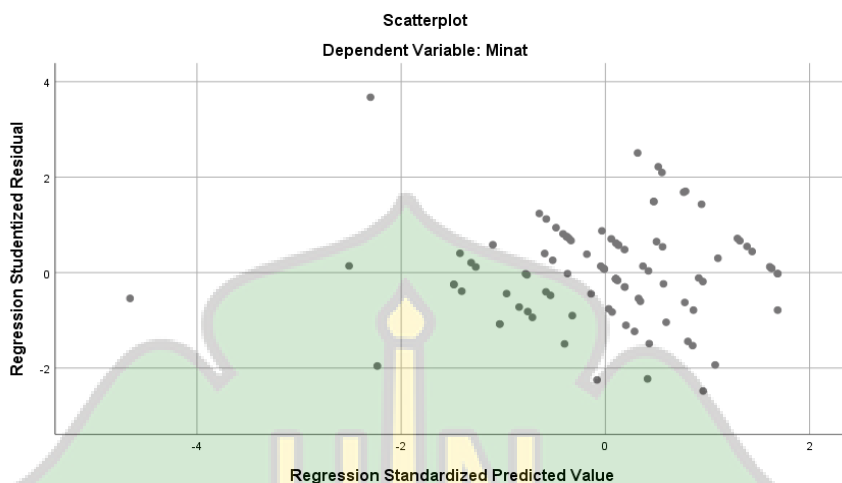
c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.770	.903		.853	.396		
	Kemudahan	.146	.074	.144	1.978	.051	.454	2.201
	Kemanfaatan	.187	.079	.183	2.377	.019	.405	2.470
	Promosi	.355	.056	.411	6.377	.000	.578	1.729
	Fitur Layanan	.275	.084	.288	3.254	.002	.306	3.272

a. Dependent Variable: Minat

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.770	.903	.853	.396	
	Kemudahan	.146	.074	.144	1.978	.051
	Kemanfaatan	.187	.079	.183	2.377	.019
	Promosi	.355	.056	.411	6.377	.000
	Fitur Layanan	.275	.084	.288	3.254	.002

Lampiran 7. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.770	.903		.853	.396
	Kemudahan	.146	.074	.144	1.978	.051
	Kemanfaatan	.187	.079	.183	2.377	.019
	Promosi	.355	.056	.411	6.377	.000
	Fitur Layanan	.275	.084	.288	3.254	.002

a. Dependent Variable: Minat

Hasil penelitian menggunakan tabel uji t ($n-k-1/99-4-1=94$)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206

103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

2. Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	578.264	4	144.566	80.773	.000 _b
	Residual	168.241	94	1.790		
	Total	746.505	98			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Promosi, Kemudahan, Kemanfaatan

Tingkat signifikansi 10% ($n-k-1/99-4-1=94$) di dapatkan dari F tabel:

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)										
	No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
91		2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67
92		2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67

93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65
127	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
128	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
129	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
130	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
131	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
132	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
133	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
134	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65
135	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65

3. Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.775	.765	1.33783

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Promosi, Kemudahan, Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Minat

