

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
DOSEN UIN AR-RANIRY MENGGUNAKAN FASILITAS
e-BANKING SYARIAH**



Disusun Oleh:

**NURASYIFA TUNNISA
NIM. 140603083**

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Nurasyifa Tunnisa
NIM : 140603083
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 manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 11 Januari 2019

Yang Menyatakan



Nurasyifa Tunnisa
Nurasyifa Tunnisa

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:

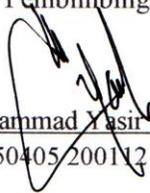
**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry
Menggunakan Fasilitas *e-Banking* Syariah**

Disusun Oleh:

Nurasyifa Tunnisa
NIM: 140603083

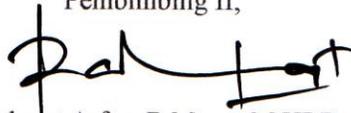
Disetujui untuk diseminarkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
NIP: 197504052001121003

Pembimbing II,



Rahmat Arfan, B.Mgmt, M.HRD
NIDN: 1329118801

Mengetahui

Ketua Program Perbankan Syariah,



Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M. Ec., M.Sc
NIP: 197209072000031001

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

SKRIPSI

NurasyifaTunnisa

NIM: 140603083

Dengan Judul:

**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry
Menggunakan Fasilitas *e-Banking* Syariah**

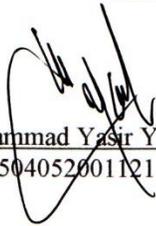
Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan
Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Jum'at, 11 Januari 2019M
5 Jumadil Awal 1440H

Banda Aceh

Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



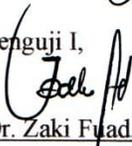
Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
NIP: 197504052001121 1 003

Sekretaris,



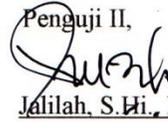
Rahmat Arfan, B.Mgmt., M.HRD
NIDN : 1329118801

Penguji I,



Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP: 19640314199203 1 003

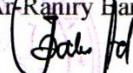
Penguji II,



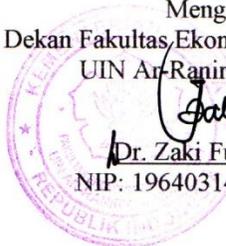
Jalilah, S.Wi., M.Ag
NIDN : 2008068803

Mengetahui

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



Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP: 19640314199203 1 003





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

Jl. Syekh AbdurRauf 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 bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nurasyifa Tunnisa
NIM : 140603083
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : nurasyifatunnisa79@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 Dosen UIN Ar-Raniry
Menggunakan Fasilitas e-Banking Syariah**

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 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 : 11 Januari 2019

Penulis

Nurasyifa Tunnisa

Nurasyifa Tunnisa
NIM: 140603083

Mengetahui,
Pembimbing I

Dr. Muhammad Asy Yusuf, MA
Dr. Muhammad Asy Yusuf, MA
NIP: 19750405 200112 1 003

Pembimbing II

Rahmat Arfan, B.Mgmt., M.HRD
Rahmat Arfan, B.Mgmt., M.HRD
NIDN: 1329118801

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan juga telah memberikan petunjuk serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang sederhana ini. Tidak lupa pula penulis memanjatkan shalawat beserta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW serta para sahabat dan keluarga beliau yang telah merubah akhlak dan perilaku umat manusia dari alam jahiliyah ke alam yang islamiah seperti sekarang ini. Skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata Satu (1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul: “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas *e-Banking* Syariah.”Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya terutama kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan selaku Penguji I .
2. Dr. Israk Ahmadsyah, B.EC.,M.Ec.,M.SC dan Ayumiati, S.E., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi

Perbankan Syariah yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penulis melakukan pendidikan. Serta Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu pelaksanaan sidang

3. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA selaku pembimbing I dan Rahmat Arfan, B.Mgmt, M.HRD. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Jalilah, S,HI.,M.Ag selaku penguji II yang telah memberikan banyak masukan.
5. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph. D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Cut Dian Fitri, S.E., M.Si.,Ak., CA. Sebagai Penasihat Akademik, seluruh dosen dan staf akademik Prodi S1 Perbankan Syariah yang selama ini telah membimbing, membagikan ilmu, dan pengalaman.
7. Teristimewa untuk ayahanda dan ibunda tercinta, Ridwan Arifin dan Rusliana yang telah memberikan cinta dan kasih sayang serta selalu mendoakanku, terimakasih untuk semua waktu, semangat, perhatian, nasihat-nasihat yang diberikan kepada ku, Ibu dan Ayah adalah penyemangat dan insprirasi dalam hidupku. sehingga saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi dan dapat menyusun skripsi ini.

8. Teristimewa untuk Abang, Kakak, serta Adik saya yang saya tercinta Muhammmad Rudi Arifayusa, Delia Nurrahmadani, dan Latifa Azzura serta Kakak Ipar dan Keponakan tersayang Gustina Riza dan Saira Aruna Arifayusa yang telah memberikan kasih sayang serta doa, kalian adalah motivasi untuk masa depan.
9. Teristimewa untuk keluarga besarku, keluarga Tgk. H. Muhammad Yusuf dan keluarga Arifin, terimakasih untuk semua doa, bantuan dan dorongan yang telah kalian berikan.
10. Terimakasih Untuk sahabat dan temanku tercinta yang sudah menemani saya dalam melakukan penelitian ini. Untuk kawan-kawan SKY-P, dan teman-teman di Prodi Perbankan Syariah angkatan 2014 serta teman-teman KPM.

Terimakasih yang tidak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan diatas, semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini masih kurang sempurna. Penulis mengharapkan adanya saran dan kritikan yang membangun untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Banda Aceh, 11 Januari 2018
Penulis,

Nurasyifa Tunnisa

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158Tahun 1987–Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
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	Ẓ	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	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

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 : *haua*

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 / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan wau	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 *fathah*, *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	: <i>raudah al-atfāl/ raudatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	: <i>Talḥah</i>

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: Hamad 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 : Nurasyifa Tunnisa
NIM : 140603083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas *e-Banking* Syariah
Tanggal Sidang : 11 Januari 2018
Tebal Skripsi : 141
Pembimbing I : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
Pembimbing II : Rahmat Arfan, B.Mgmt, M.HRD

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas *e-Banking* Syariah. Data primer penelitian yang disebarkan melalui angket atau kuesioner pada 86 responden yang diukur menggunakan skala likert dan diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 21. Untuk Menganalisis data yang digunakan metode regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan, kemudahan pengguna, kepercayaan, ketersediaan fitur, kecepatan, dan tarif dan biaya secara simultan berpengaruh terhadap minat dosen menggunakan *e-Banking* syariah. Dari penelitian ini diperoleh nilai R square sebesar 0,516, yang artinya seluruh variabel bebas. Sedangkan, 48,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci: Minat, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi, *e-Banking* Syariah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Mamfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Minat Bertransaksi <i>e-Banking</i>	12
2.1.1 Minat Berprilaku	12
2.2 <i>e-Banking</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>e-Banking</i>	14
2.2.2 Macam-Macam <i>e-Banking</i>	15
2.3 Kenyamanan	18
2.4 Kemudahan Pengguna	19
2.5 Kepercayaan	21
2.6 Ketersediaan Layanan Fitur	23
2.7 Kecepatan	24
2.8 Tarif dan Biaya	25
2.9 Kajian Terdahulu	26
2.10 Kerangka Konsep Penelitian	35

2.11 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Data dan Teknik Perolehannya	37
3.2.1 Sumber Data	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Kuesioner	41
3.5 Variabel Penelitian.....	41
3.5.1 Variabel Bebas.....	41
3.6 Instrumen Penelitian	41
3.6.1 Pengukuran Variabel	46
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.1 Uji Validitas.....	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	48
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.1 Uji Normalitas	48
3.8.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.8.3 Uji Heterokedasitas	48
3.9 Metode Analisis Data.....	49
3.9.1 Analisis Regresi Berganda	49
3.9.2 Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Sejarah <i>e-Banking</i>	54
4.1.1 Jenis-Jenis Transaksi <i>e-Banking</i>	64
4.1.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>e-Banking</i>	65
4.2 Statistik Deskripsi.....	66
4.3 Deskripsi Data Responden.....	69
4.3.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .	70
4.3.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	71
4.3.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	73
4.3.4 Karakteristik Menurut Status	74
4.3.5 Karakteristik Menurut Pendapatan Perbulan	76

4.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas e-Banking yang digunakan	78
4.3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas e-Banking yang sering digunakan	81
4.3.8	Tanggapan Responden	82
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	92
4.4.1	Uji Validitas	92
4.4.2	Uji Reliabilitas	95
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	96
4.5.1	Uji Normalitas	96
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	98
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	100
4.6	Metode Analisis Data.....	101
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	101
4.6.2	Uji Hipotesis	103
4.7	Hasil Penelitian.....	110
BAB V	PENUTUP	118
5.1	Kesimpulan	119
5.2	Saran	120
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN		129

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet	4
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu	27
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	33
Tabel 3.1 Jumlah Populasi dan Sampel	40
Tabel 3.2 Defenisi Operasional	44
Tabel 3.3 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Rata-rata dan Rata-rata Gabungan.....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden menurut Usia.....	72
Tabel 4.4 Karakteristik Responden menurut Pendidikan Terakhir.....	73
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	75
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	76
Tabel 4.7 I-Banking.....	78
Tabel 4.8 M-Banking.....	79
Tabel 4.9 ATM.....	79
Tabel 4.10 SMS Banking	80
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas <i>e- Banking</i> yang sering di Gunakan	81
Tabel 4.12 Rata-Rata Gabungan Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan.....	83
Tabel 4,13 Rata-rata Gabungan Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Pengguna	84
Tabel 4.14 Rata-Rata Gabungan Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan.....	85
Tabel 4.15 Rata-Rata Gabungan Terhadap Ketersediaan Fitur ..	87
Tabel 4.16 Rata-Rata Gabungan Terhadap Kecepatan.....	89
Tabel 4.17 Rata-Rata Gabunagan Responden Terhadap Tarif dan Biaya	90
Tabel 4.18 Rata-Rata Gabunagan Tanggapan Responden Terhadap Minat	91
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas 86 Responden	94
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas 86 Responden.....	97
Tabel 4.21 Hasil <i>One Sampel Kolmogorov-Smirnov</i>	100

Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinearitas	101
Tabel 4.23 Analisis Regresi Linier Berganda.....	104
Tabel 4.24 Hasil Uji t	106
Tabel 4.25 Hasil Uji F	111
Tabel 4.26 Koefisien Determinasi	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	35
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Jenis Kelamin	71
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Menurut Usia .	72
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Status	75
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Pendapatan Perbulan	77
Gambar 4.6 Diagram <i>Internet Banking</i>	78
Gambar 4.7 Diagram <i>Mobile Banking</i>	79
Gambar 4.8 Diagram <i>ATM Banking</i>	80
Gambar 4.9 Diagram <i>SMS Banking</i>	80
Gambar 4.10 Diagram Fasilitas <i>E-Banking</i> Yang Sering digunakan	82
Gambar 4.11 Normal <i>Probability Plot</i>	98
Gambar 4.12 Histogram <i>Regression Standardized Residual</i>	99
Gambar 4.13 Grafik <i>Scatterplot</i>	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Yuningsih (2007) Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut, semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu, salah satu usaha jasa yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat adalah jasa pelayanan keuangan. Usaha jasa perbankan selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah juga harus mengedepankan kepercayaan kepada masyarakat sebagai nasabahnya(Saraswati, 2012).

Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana, menyalurkan dana kepada masyarakat dan melakukan pelayanan jasa kepada masyarakat (Fatma, 2016). Menurut Kasmir (2005) di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan jika dilihat dari cara menentukan harga jual dan harga beli atau dengan kata lain caranya mencari keuntungan. Ditinjau dari cara menentukan harga, saat ini bank terbagi dalam 2 (dua) kelompok besar, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional menggunakan prinsip konvensional (barat) sedangkan bank syariah menggunakan prinsip syariah Islam yang berlandaskan pada *Al Qur-an* dan sunnah rasul (Trisusanti, 2017).

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari *riba* (bunga), bebas dari kegiatan spekulasi non-produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkata yang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal. Dalam operasinya, bank syariah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah jual-beli dan bagi hasil sehingga bank ini sering juga dipersamakan dengan bank tanpa bunga (Ritonga, 2012).

Kehadiran bank syariah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (*interest*) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya. Hal ini lebih diperkuat lagi dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004 tentang bunga yang intinya mengharamkan bunga bank yang didalamnya terdapat unsur-unsur riba; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*).

Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar(Faisal, 2015).

Dengan perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, diantaranya transaksi-transaksi bisnis semakin banyak dilakukan secara *online*. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan(Harlan, 2014).

Menurut McLeod dan Schell (2004) Internet merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, riset, transaksi bisnis dan lainnya. Sejak diperkenalkan pada tahun 1969 di Amerika Serikat, internet mengalami perkembangan yang luar biasa. Apalagi dengan diperkenalkannya teknologi *World Wide Web* (WWW), semakin menambah sempurnanya teknologi tersebut. Teknologi internet menghubungkan ribuan jaringan komputer individual dan organisasi di seluruh dunia. Setidaknya ada enam alasan mengapa teknologi internet begitu populer. Keenam alasan tersebut adalah (1) internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas (2) dapat mengurangi biaya komunikasi (3) biaya transaksi yang lebih rendah (4) dapat mengurangi biaya agency (5) interaktif, fleksibel,

dan mudah serta (6) memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat (Nina, 2013).

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna *Internet* di Indonesia

Tahun	Jumlah pengguna (orang) dalam juta
2012	63
2013	79,1
2014	83
2015	88,1
2016	132
2017	143,26

<https://kominfo.go.id/content/detail/>

Tabel 1.1 menjelaskan pengguna *internet* di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat. Pada tahun 2012 jumlah pengguna *internet* berjumlah 63 juta orang, kemudian meningkat menjadi 79,1 juta orang pada tahun 2013, 2014, 83 juta orang pada tahun 2015, 88,1 juta orang pada tahun 2016, 132 juta orang pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa. Data tersebut diperkuat dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa *Internet* Indonesia (APJII).

Menurut Jun dan Cai (2001) pertumbuhan teknologi informasi yang sangat pesat di era globalisasi ini, pelayanan perbankan dituntut lebih cepat, mudah, dan *flexibel*. Pesatnya pertumbuhan *internet* merubah cara perusahaan terhubung dengan konsumennya, tidak terkecuali dalam dunia perbankan (Isgiyarta, 2015). Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan

informasi yang dapat diakses melalui media, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan.

Di dunia perbankan sendiri sudah banyak fasilitas pelayanan yang berbasis *internet* seperti *e-Banking* dimana semua transaksi *e-banking* menggunakan jaringan *internet* seperti *internet banking*, *mobile banking*, dan *sms banking* kesemua layanan menggunakan jaringan *internet*. Sistem *e-Banking* sendiri akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi perbankan. Layanan *internet banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan kualitas layanan yang mengandalkan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kenyamanan dan harga layanan yang murah dengan cakupan global selama nasabah didukung oleh fasilitas akses *internet*. *Internet banking* adalah pemanfaatan teknologi *internet* sebagai media untuk melakukan transaksi (Noviarni, 2014).

Internet Banking Menurut Bank Indonesia (2004), *Internet Banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan *internet*. Jenis kegiatan *Interenet Banking* dibedakan menjadi 3(tiga), yaitu *Informational Internet Banking*, *Communicative Internet Banking*, dan *Transactional Internet Banking* (Agus, 2005).

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/*handphone* GSM

(*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator selular. Sms banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat di akses langsung melalui telepon seluler/ handphone dengan menggunakan media SMS. ATM merupakan saluran *e-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai (Harlan, 2015).

Penggunaan *internet* tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media. Selain itu *handphone*/seluler, tablet, juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perbankan (Angela, 2014). Berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan transaksi perbankan sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor : 11/11/PBI/2009 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu, selanjutnya Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/15/PBI/2007 Tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum (Idris, 2016).

Elektronik perbankan berubah dari hari ke hari, *internet banking* telah menjadi salah satu *self-service* yang memungkinkan bank untuk memberikan layanan informasi dan menawarkan

kepada nasabah dengan kenyamanan lebih melalui kecanggihan teknologi (Nisa,2013)

Menurut Mukherjee & Nath: 2003*e-Banking* merupakan bentuk layanan perbankan secara *elektronik* melalui media *e-Banking* pada dasarnya merupakan suatu kontrak transaksi antara pihak bank dan nasabah yang memberikan manfaat berganda dengan menggunakan media *internet*. Dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui *internet*. *e-Banking* membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru (Pinontoan, 2013).

Adapun Keuntungan *Electronic Banking* dapat digunakan kapan saja dan di mana saja. Hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer atau alat komunikasi yang digunakan, dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank (kecuali untuk ambil uang tunai) (Pinontoan, 2013). *Electronic Banking* bagi nasabah, menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *e-Banking* bagi bank adalah *e-Banking* bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka *outlet* ATM (Isgiyarta, 2015).

Namun di samping keuntungan yang ditawarkan layanan *e-Banking*, transaksi menggunakan *e-Banking* juga memberikan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan-permasalahan tersebut

diantaranya: takut tertipu, biaya besar, kadang menerima transferan yang lama, takut kurang keakuratan transaksi, dan lain-lain.

Di Aceh perbankan syariah sudah mulai di kenal dan banyak masyarakat yang menabung dan menggunakan fasilitas dari bank syariah. Di Aceh terdapat universitas Islam UIN Ar-Raniry universitas UIN Ar-Raniry merupakan salah satu universitas Islam yang pengajarannya lebih pada nilai-nilai moral yang berdasarkan pada ajaran-ajaran Islam. Begitu pula dengan tenaga pengajarnya pasti lebih mendalami mengenai hukum Islam serta penerapan syariat Islam yang bersifat teoritis maupun praktik. Tidak hanya dalam hal menabung saja, bank syariah juga telah menyediakan fasilitas *e-Banking* untuk memberikan kemudahan kepada para penggunanya. Di era globalisasi ini tentu saja masyarakat menginginkan segala sesuatu yang mudah dan praktis karena masyarakat telah disibukan dengan kegiatan aktifitas sehari-hari yang cukup padat tidak kecuali dosen yang mengajar di UIN Ar-Raniry yang juga mempunyai aktifitas yang padat untuk itu memerlukan suatu transaksi keuangan yang cepat, mudah, aman dan fleksibel.

Maka dari itu peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dosen UIN Ar-Raniry menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah. Faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan fasilitas *e-Banking* berpedoman pada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku suatu nasabah terhadap karakteristik perbankan. Biasanya nasabah memperoleh informasi melalui

pengguna lainnya, dengan adanya informasi melalui pengguna lainnya seseorang dapat menentukan pilihannya dalam memilih perbankan, sebab pengalaman dan proses belajar seseorang berbeda-beda.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai faktor apakah yang menyebabkan atau melatar belakangi dosen menggunakan fasilitas *e-Bankingsyariah* dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas *e-Banking Syariah*”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah faktor kenyamanan, kemudahan pengguna, kepercayaan, ketersediaan fitur, kecepatan, tarif dan biaya mempengaruhi minat dosen menggunakan *e-Banking syariah*?
2. Variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap minat dosen UIN Ar-Raniry menggunakan *e-Banking syariah*?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan proposal ini adalah :

1. untuk menganalisis dan membuktikan apakah variabel kenyamanan, kemudahan pengguna, kepercayaan, ketersediaan fitur, kecepatan, tarif dan biaya

- berpengaruh terhadap minat Dosen UIN Ar-Raniry untuk menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah.
2. untuk mengetahui faktor apa yang lebih dominan pengaruhnya untuk memutuskan menggunakan fasilitas *e-Banking* pada Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Adanya penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang teknologi perbankan yang bisa kita gunakan untuk mempermudah transaksi kita di kehidupan kita sehari-hari dan di dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi.
2. Bagi penulis adanya penelitian ini yaitu sebagai wahana potensial mengembangkan wacana dan menambah wawasan mengenai produk yang di tawarkan oleh bank berupa fasilitas *e-Banking* syariah

1.6Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini disajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Pada Bab ini disajikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan fakta atau kasus yang sedang dibahas. Disamping itu juga dapat disajikan mengenai berbagai asas atau

pendapat yang berhubungan dan benar-benar bermanfaat sebagai bahan untuk melakukan analisis terhadap fakta atau kasus yang sedang diteliti pada Bab IV.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan secara sederhana langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini diketengahkan antara lain metode pendekatan masalah, jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian dan membahas hasil yang didapatkan dipenelitian

BAB V KESIMPULAN

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Bertransaksi *e-Banking*

2.1.1 Minat

Menurut Jogiyanto (2007) dalam Baridwan (2013) minat (*intention*) merupakan suatu keinginan untuk melakukan suatu perilaku tertentu, minat merupakan kesadaran dari diri seseorang terhadap objek, orang, masalah, atau situasi yang memiliki keterkaitan dengan dirinya, artinya, minat harus dilihat sebagai suatu kesadaran. Oleh karena itu minat adalah suatu aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi pada kegiatan tertentu dan mendorongnya untuk melakukan. Minat yang sering diekspresikan dalam suatu kegiatan maka akan semakin kuat, sedangkan apabila tidak tersalurkan maka akan lemah. Untuk itu minat menjadi suatu penyebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang nantinya akan diperoleh.

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu, sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian pengertian minat nasabah menurut Kanuk (2008: 25) yaitu: “Pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli.

konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya”.

Menurut Kinanti(2013), minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya di masa yang akan datang dalam menjalankannya. Menurut Davis (1989) ada tiga item pertanyaan untuk mengukur minat penggunaan adalah berminat terus menggunakan, akan menggunakan untuk transaksi terkait, Merekomendasikan kepada orang lain(Harlan, 2014).

Menurut Sudarsono dalam Sumadi (2012), faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Norma subyektif
2. Faktor motif sosial, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
3. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Di dalam penelitian ini termasuk golongan yang ketiga yaitu faktor emosional, sebab dalam penelitian ini melihat dari sisi menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu. Kegiatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan minat bertransaksi menggunakan *e-Banking* dan objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berfokus pada *e-Banking*.

2.2 *e-Banking*

2.2.1 Pengertian *e-Banking*

Electronic Banking, atau *e-Banking* bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di *internet*. Layanan ini memungkinkan nasabah sebuah bank dapat melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana *internet*, khususnya via *web*. Quinn dan Baily (1994) menyatakan perusahaan memiliki beberapa keuntungan dengan adanya investasi dalam teknologi informasi.

Pengertian *e-Banking* yang didefinisikan oleh *Federal Information Examination Council (FFIEC, 2003)* yaitu pengiriman produk dan jasa perbankan, baik produk atau jasa tradisional maupun yang modern secara otomatis dan langsung ke nasabah melalui saluran komunikasi elektronik dan interaktif. Pengertian *e-Banking* itu sendiri lebih ditekankan ke aspek distribusi layanan perbankan yang bisa diakses dari jauh, terutama melalui koneksi *internet*. Penerapan Teknologi Informasi di dunia perbankan bertujuan untuk kecepatan dan ketepatan pengolahan dan penyediaan informasi, serta meningkatkan pelayanan kepada para nasabah (Puspita, 2013).

Perkembangan *e-Banking* mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan *real time* tanpa ada batasan waktu dan tempat. Bank menyediakan layanan *Electronic Banking* atau *e-Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ATM kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Transaksi *e-Banking* dapat dilakukan dimana saja, selama ada jaringan layanan data dan dapat di akses, transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real time* (Koramilah, 2015).

2.2.2 Macam-Macam *e-Banking*

1. *Internet Banking* (via *internet/computer*)

Menurut Bank Indonesia (2004), *Internet Banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *Interenet Banking* dibedakan menjadi 3(tiga), yaitu *Informational Internet Banking*, *Communicative Internet Banking*, dan *Transactional Internet Banking*.

Informational Internet Banking adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*executionof transaction*). *Communicative Internet Banking*

adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyediaan layanan *Internet Banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. *Transactional Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* dan melakukan eksekusi dan transaksi (Agus, 2005).

2. *Mobile Banking (via Handphone)*

Saluran ini pada dasarnya evolusi lebih lanjut dari *Phone Banking*. *Mobile Banking* yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), dan pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya pada dasarnya dapat pula dilakukan, namun tergantung pada akses yang dapat diberikan bank.

Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun dalam prakteknya cukup merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan sms, kecuali pada bank yang melakukan kerjasama dengan operator seluler, menyediakan akses *Bankingmenu – Sim Tool Kit (STK)* pada *simcardnya* (Harlan, 2014).

Mobile banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada para nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan mendaftarkan no. HP yang akan digunakan disamping *password* untuk keamanan bertransaksi (Sa'diyah, 2013).

3. *SMS Banking*(via SMS)

SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/ handphone dengan menggunakan media SMS.

4. *ATM (Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri)

Adalah saluran *e-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindah bukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan yang terkini transfer ke bank lain (dalam satu *switching* jaringan ATM). Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja di tempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM

sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*. Layaklah bila ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan kemudahan Penggunaanya (Harlan, 2014).

2.3 Kenyamanan

Menurut Poon (2008) dalam Maia (2014), *Internet banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang mana memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan di manapun. Jika dibandingkan dengan transaksi perbankan tanpa menggunakan *internet banking* misalnya dengan transaksi interpersonal, *internet banking* memberikan lebih banyak keuntungan dan kemudahan. Seperti misalnya, jika ingin membayar tagihan atau mentransfer uang, apabila melalui kantor cabang, maka nasabah harus mengantri lama untuk melakukan transaksi tersebut. Hal ini tentunya kurang memberikan kenyamanan bagi nasabah. Berbeda jika transaksi tersebut dilakukan dengan *internet banking*. Jika menggunakan *internet banking*, transaksi tersebut cukup dilakukan dengan mengakses situs web *Internet Banking* (dapat dilakukan dengan PDA, Notebook, PC). Tentunya hal ini akan lebih menghemat waktu nasabah, khususnya bagi nasabah yang sibuk.

Menurut Poon (2008), terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kenyamanan suatu sistem *internet banking*, yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah dapat mengakses *internet banking* kapanpun dan di manapun (*anytime and anywhere*)
2. Tidak terdapat antrian (*queue*)
3. Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional (*convensional banking*) yang kemudian mereka akan berminat untuk menggunakannya di masa datang.

2.4 Kemudahan Penggunaan

Davis dalam Nasution (2004) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer. Konstruk kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) merupakan konstruk tambahan kedua dalam TAM, yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha. Berdasarkan penjelasan di atas, maka kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan suatu sistem teknologi informasi oleh pengguna berdasarkan tingkat kesulitan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut bagi pengguna (Dewantara, 2017).

Menurut Davis (1989:320) dalam Maia (2014) pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan Teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan TI dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya (Setyo, 2015).

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya (Maia, 2014).

Beberapa para ahli berpendapat yang hampir sama bahwa penggunaan suatu teknologi harus mudah sehingga timbul rasa kepercayaan bahwa menggunakan teknologi suatu hal yang mudah

dan menyenangkan dan tidak perlu bersusahpayah dalam mengoperasikannya. Dengan banyaknya kemudahan yang dapat kita gunakan tentu akan membuat nasabah akan senang dan akan loyal terhadap bank yang digunkanan

Sun dan Zhang (2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn*(mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful*(menjadi terampil).

2.5 Kepercayaan (*Privacy*)

Menurut Ainur Rofiq (2007:30) kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari bisnis karena transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Peneliti terdahulu yang menguji konstruk kepercayaan adalah Yousafzai et al (2009) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *Internet Banking*. Menurut Lee (2009) kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen dan Dalam penelitan Lee (2009) juga megatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat selain itu juga diungkapkan bahwa pengguna awal cenderung mengandalkan kepercayaan dalam penggunaan suatu teknologi (Harlan, 2014).

Dooney dan Cannon(2007:182) berpendapat dimana kepercayaan muncul ketika adanya keyakinan dari pihak konsumen yaitu pelanggan pada reliabilitas dan integritas dari rekan pertukaran. Kepercayaan ini adalah kepercayaan nasabah pada penyelenggara transaksi elektronik perbankan, serta kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan (Silvia, 2014).

Sohrabi (2013) penelitian yang dilakukan di Malaysia dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi dari online *Banking service* pada nasabah bank di Malaysia menyebutkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan online *Banking services* (Isgiyarta, 2015).

Dari beberapa uraian di atas, bahwa variabel kepercayaan merupakan suatu dasar dalam menjalin suatu hubungan dalam kecenderungan pelaku untuk mempercayai akan keandalan dari produk bank. Dapat dinyatakan bahwa kepercayaan yaitu kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Untuk menimbulkan rasa kepercayaan terhadap pihak bank, kepercayaan harus dibangun dari awal dan membutuhkan proses untuk menimbulkan rasa percaya tersebut.

Indikator-indikator untuk mengukur variabel kepercayaan mengacu pada penelitian Reipita Sari (2013) yaitu sistem

kepercayaan dan sistem keamanan. Para nasabah lebih cenderung meragukan aspek percaya terhadap bank dan para nasabah juga cenderung meragukan aspek keamanan yang ditawarkan oleh pihak bank. Kepercayaan memiliki pengaruh yang tinggi pada ketertarikan dalam bertransaksi secara online.

2.5 Ketersediaan Layanan Fitur

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau tidak. Menurut Steward, dkk, (2001) faktor kepercayaan dalam *e-commerce* adalah perkiraan subyektif dimana konsumen percaya mereka dapat melakukan transaksi online secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan (Amijaya, 2010).

Gerrad dan Cunningham (2003) mengidentifikasi faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *e-Banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada website. Fitur (*feature*) berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *e-Banking* (Nisa, dkk 2013).

Menurut Schmitt (2010) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsidasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefensiasikan produk

mereka dengan produk pesaing (Setyo,2015).Menurut Ainscough dan luekett (2011) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktif nasabah dalam kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah dengan menggunakan *Internet Banking*.

Menurut Poon (2011) dalam Ahmad(2014) terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator dalam ketersediaan fitur (*feature availaility*) suatu sistem *internet banking* yaitu (1) kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa; (2) keberagaman layanan transaksi; (3) keberagaman fitur, dan (4) inovasi produk. Inovasi produk berhubungan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa (Ahmad, 2014).

2.6 Kecepatan

Kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan suatu pelayanan *e-Banking* dalam memberikan informasi yang diinginkan oleh pengguna *e-Banking* atau dengan kata lain yaitu suatu bagian atau urutan yang terjadi dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan secara cepat dan tepat. Kecepatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *e-Banking*(Nisa dkk, 2013).

Menurut Mahardika dan Basuki (2011), kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga

komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya (Setyo,2015).

Menurut Shergill dan Li (2005), tanpa menggunakan cara berkomunikasi yang tepat, web penyedia layanan *E-Commerce* tidak dapat membangun hubungan yang baik dengan penggunanya dan dalam hasil penelitian yang dilakukan Shergill dan Li (2005) menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan *speed of response* dengan serius ketika berkomunikasi dengan penyedia layanan *E-Commerce*(Nina, 2013).

Menurut Poon (2008) terdapat beberapa indikator kecepatan suatu sistem *e-banking*, seperti: kemudahan bertansaksi karena kecepatan, transaksi berjalan dengan baik tanpa menunggu waktu lama, kecepatan bertransaksi lebih cepat dibandingkan dengan bank tradisional(Dewiyani, 2017).

2.7 Tarif Dan Biaya

Tarif dan biaya adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih dan menggunakan *e-Banking* di suatu perbankan, tidak hanya melihat dari segi keamanannya saja tapi juga pasti akan melihat dari segi biaya dan tarif yang akan dikeluarkan dalam hal bertransaksi. Menurut Chang (2002) menunjukkan bahwa *Internet Banking* memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. Lee dan Lee (2001) mengindikasikan bahwa *Internet Banking* memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka, biaya servis yang

lebih rendah, dan penghematan waktu. Sehingga banyak nasabah pasti akan membandingkan antara bank satu dengan bank yang lain dengan beberapa pertimbangan dan akan memilih bank dengan tarif dan biaya yang murah dan fasilitas yang lengkap dan cepat.

Dan menurut Poon(2008) terdapat beberapa indikator tarif dan biaya, suatu sistem *e-Banking*, harga komputer yang masuk akal, biaya internet yang terjangkau, biaya layanan yang sesuai, dan layanan *e-Banking* hemat waktu.

2.9 Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai minat menggunakan *e-Banking* sehingga penelitian tersebut bisa dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian ini. Berikut beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pinontoan (2013)	Pengaruh <i>e-Banking</i> , Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel <i>E-Banking</i> , Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah
2	Nechola (2015)	Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Loyalty</i> Terhadap Pelayanan <i>I-Banking</i> pada Bank BCA dan Bank MANDIRI	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Bank BCA terdapat pengaruh yang signifikan antara trust dan loyalty terhadap services <i>I-Banking</i> , sedangkan pada Bank Mandiri tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara trust dan loyalty terhadap <i>service I-Banking</i> .
3	Harlan (2014)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Persepsi Terhadap minat Bertransaksi menggunakan <i>e-banking</i> pada UKM di Kota Yogyakarta.	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use, Kegunaan yang dirasakan, Perceived Trust, dan Self-Efficacy komputer memberikan signifikan dan positif terhadap penerimaan Adopsi <i>Internet Banking</i> . Sedangkan risiko yang dirasakan memberikan dampak yang signifikan dan negatif terhadap penerimaan Adopsi <i>Internet Banking</i> .

**Tabel 2.1-Lanjutan
Kajian Terdahulu**

No	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4	Isgiyarta. (2015)	Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap <i>Internet Banking Adoption</i> (studi pada nasabah perbankan yang menggunakan <i>Internet Banking</i> di kota Surakarta	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i> , Kegunaan yang dirasakan, <i>Perceived Trust</i> , dan <i>Self-Efficacykomputer</i> memberikan signifikan dan positif terhadap penerimaan Adopsi <i>Internet Banking</i> . Sedangkan risiko yang dirasakan memberikan dampak yang signifikan dan negatif terhadap penerimaan Adopsi <i>Internet Banking</i> .
5	liyundira (2016)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank dalam Penggunaan Fasilitas <i>e-Banking</i> yang tertera pada peraturan bank Indonesia nomor: 11/11/pbi/2009 .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PBI tentang penggunaan layanan <i>Internet Banking</i> masih belum sepenuhnya dipahami dan diminati oleh masyarakat yang memiliki usia diatas 35 tahun karena kemungkinan merekahnya mengenal setor, transfer dan tarik tunai saja lewat Bank. Pengetahuan system informasi dalam penggunaan layanan <i>e-Banking</i> tidak lepas dari minat individualnya dalam segi manfaat, kemudahan dalam penggunaan serta kepercayaan nasabah. Dengan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan minat yang timbul dari individunya dapat meningkatkan reputasi yang baik untuk Bank

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
6	Nisa dkk (2013)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi nasabah menggunakan layanan internet <i>Banking Mandiri</i>	Hasil kesembilan mengungkapkan bahwa faktor-faktor ini memiliki pengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan internet banking Mandiri. Faktor-faktor desain dan konten adalah faktor terlemah untuk itu, bank harus meningkatkan desain dan konten situs web Bank untuk menarik dan meningkatkan nasabah untuk menggunakan Internet Banking Mandiri

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa perbedaan dan persamaan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan dengan beberapa penelitian terdahulu adalah pada variabel independen yaitu minat menggunakan *e-Banking*. Akan tetapi hal yang spesifik perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Mulan Pinontoan (2013) adapun perbedaannya adalah Metode yang digunakan peneliti terdahulu adalah Kuantitatif asosiatif, populasi penelitian adalah nasabah bank mandiri cabang Manado yang aktif berjumlah 28,662 orang, pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Dengan menggunakan rumus slovin jumlah sampel sebanyak 100 responden analisis menggunakan regresi Berganda. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-

Raniry sampel secara *Probability Sampling* menggunakan rumus slovin dengan sampel 86 orang dan analisi menggunakan Regresi Berganda dan menggunakan SPSS 21.

Agus Necholase (2015) adapun perbedaannya Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dari data primer melalui kuesioner dan data sekunder melalui berbagai literatur berkaitan dengan topik seperti jurnal ilmiah, laporan media cetak, serta artikel yang ada di perpustakaan. Pengelolaan data menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi berganda menggunakan SPSS 16. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-Raniry sampel secara *probability sampling* menggunakan rumus slovin dengan sampel 86 orang dan analisi menggunakan Regresi Berganda dan menggunakan SPSS 21.

Dwismatia Harlan (2014) Variabel yang digunakan adalah seluruh pengusaha UMKM yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian kota Yogyakarta, Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner, uji coba instrumen, teknik analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji regresi linier berganda. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-Raniry sampel secara *Probability sampling* menggunakan rumus slovin dengan sampel 86 orang. Metode pengumpulan data dengan metode analisi menggunakan Regresi Berganda dan menggunakan SPSS 21.

Hafid Nur Yudha dan Jaka Isgiyarta. (2015) Sampel diambil dengan metode cluster sampling, yang didasarkan padadomisili nasabah bank di lima kabupaten, di kota Surakarta. IniSampel termasuk 165 responden. Metode pengujian dilakukan dengan beberapa linierAnalisis regresi diolah dengan SPSS for Windows versi 19.Sedangkan penelitian ini menggunakan metode metode Kuantitatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-Raniry sampel secara *Probability sampling* menggunakan rumus slovin dengan sampel 86 orang. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner dan analisi menggunakan Regresi Berganda dan menggunakan SPSS 21.

Fetri setyo liyundira (2016) Variabel yang digunakan yaitu sistem manajemen untuk sesuai Peraturan Bank Indonesia PBI). Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data internal yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner.Sedangkan penelitian ini menggunakan metode metode Kuantitatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-Raniry sampel secara *Probability sampling* menggunakan rumus slovin dengan sampel 86 orang. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner dan analisi menggunakan Regresi Berganda dan menggunakan SPSS 21.

Dede Dzurotun Nisa dkk (2013) Penelti ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif Menganalisis dan mengintepretasikan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah pengguna internet banking Bank Mandiri di Indonesia

dengan 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode metode Kuantitatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-Raniry sampel secara *Probability sampling* menggunakan rumus slovin dengan sampel 86 orang. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner dan analisi menggunakan Regresi Berganda dan menggunakan SPSS 21.

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan

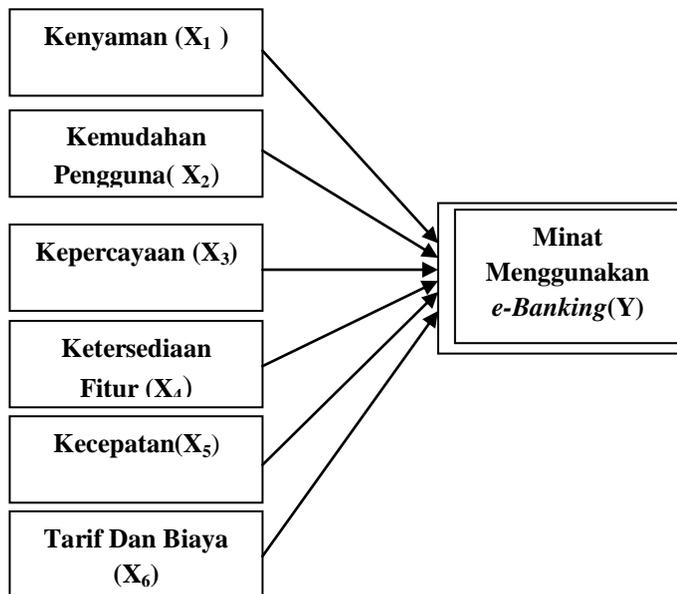
No	Judul Penelitian dan Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh <i>e-Banking</i> , Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado. Wulan Pinontoan (2013)	Menggunakan rumus slovin dan regresi berganda dan menggunakan SPSS.	penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif deskriptif sedangkan peneliti terdahulu menggunakan deskriptif asosiatif, dan populasi dalam penelitian ini adalah dosen UIN A-Raniry sedangkan peneliti terdahulu nasabah Bank Mandiri cabang Manado. sampel secara <i>Probability Sampling</i> sedangkan peneliti terdahulu mengambil sampel secara <i>purposive sampling</i> .
2	Pengaruh <i>Trust</i> dan <i>Loyalty</i> Terhadap Pelayanan <i>I-Banking</i> pada Bank BCA dan Bank MANDIRI. Agus Nechola (2015)	Metode kuantitatif deskriptif Menggunakan data primer melalui kuesioner, menggunakan regresi berganda. Dan menggunakan SPSS	Peneliti ini menggunakan rumus slovin dan populasi yang peneliti ambil Dosen UIN Ar-Raniry sedangkan peneliti terdahulu populasi nasabah bank BCA dan Mandiri. dan peneliti dan menggunakan sampel <i>Probability Sampel</i> .

Tabel 2.2 -Lanjutan

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Persamaan	Perbedaan
3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Persepsian Terhadap minat Bertransaksi menggunakan <i>e-banking</i> pada UKM di Kota Yogyakarta. Dwimastia Harlan (2014)	Menggunakan rumus slovin dan menggunakan data primer melalui kuesioner dan Uji regresi berganda	Peneliti menggunakan kuantitatif deskriptif sedangkan peneliti terdahulu menggunakan deskriptif asosiatif, peneliti menggunakan uji regresi berganda sedangkan peneliti lain menggunakan uji sederhana dan berganda, populasi yang peneliti ambil adalah dosen UIN Ar-Raniry Banda Aceh sedangkan peneliti terdahulu masyarakat UKM di Yogyakarta
4	Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap <i>Internet Banking Adoption</i> (studi pada nasabah perbankan yang menggunakan <i>Internet Banking</i> di kota Surakarta. HafidNur YudhadanakaIsgiyarta. (2015)	Menggunakan regresi berganda, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan data di olah menggunakan spss	Populasi peneliti ambil adalah dosen UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan menggunakan sampel <i>Probability sampling</i> sedangkan peneliti terdahulu mengambil populasi nasabah yang menggunakan I-Banking di bank (BCA, Mandiri, BRI, CIMB Niaga dan BNI) yang ada di surakarta dan menggunakan sampel <i>purposive sampling</i> .
5.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank dalam Penggunaan Fasilitas <i>e-Banking</i> yang tertera pada peraturan bank Indonesia nomor: 11/11/pbi/2009. Fetri setyo liyundira (2016).	Menggunakan metode kuantitatif deskriptif, teknik analisis data menggunakan regresi berganda menggunakan data primer melalui kuesioner. Menggunakan sampel <i>probability sampling</i>	populasi yang peneliti ambil adalah dosen UIN Ar-Raniry Banda Aceh sedangkan peneliti terdahulu mengambil sampel nasabah bank konvensional yang menggunakan e-banking di daerah Lumajang.

Tabel 2.2 -Lanjutan

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Persamaan	Perbedaan
6	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi nasabah menggunakan layanan internet <i>Banking Mandiri</i> . Dede Dzurotun Nisa dkk (2013)	Penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan data primer melalui kuesioner	populasi yang peneliti ambil dosen UIN A-Raniry Banda Aceh dan menggunakan sampel <i>Probability sampling</i> sedangkan peneliti terdahulu mengambil populasi nasabah bank mandiri yang menggunakan internet Banking. Dan menggunakan sampel <i>porposive sampling</i> .



Gambar 2.1
Pemikiran Teoritis.

2.11 HIPOTESIS

Hipotesis pada umumnya adalah kesimpulan jawaban bersifat sementara pada permasalahan yang menjadi objek penelitian dimana

kebenarannya masih perlu di uji. Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka hipotesis yang dibuat oleh penulis pada penelitian ini adalah:

- Ho : Berpengaruh signifikan antara X1, X2, X3, X4, X5, dan X6 terhadap Minat
- H1 : Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan antara X1 terhadap Y
- H2 : Kemudahan Pengguna berpengaruh positif dan signifikan antara X2 terhadap Y
- H3 : Kepercayaan (*privacy*) berpengaruh positif dan signifikan antara X3 terhadap Y
- H4 : Ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan antara X4 terhadap Y
- H5 : Kecepatan (*speed*) berpengaruh positif dan signifikan antara X5 terhadap Y
- H6 : Tarif dan Biaya berpengaruh positif dan signifikan antara X6 terhadap Y

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menjabarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi (Umar,2005:44). Menurut Sugiyono (2015:14) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (Marina, 2015). Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan kuantitatif yang menekankan pengaruh pada data-data angka yang diolah dengan metode bantuan aplikasi SPSS. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh pengetahuan dan pengaruh terhadap minat menggunakan *e-Banking* di bank syariah signifikan perbedaan kelompok atau signifikan hubungan variabel yang diteliti.

3.2 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari para responden. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti sebagai objek penulisan.

Data primer dalam penulisan ini diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan yaitu dosen-dosen UIN Ar-Raniry Banda Aceh (Bungin, 2005:132). Namun sebelum kuesioner di sebarkan kepada responden akan dilakukan pilot test terlebih dahulu.

Pilot test adalah sebuah survei yang dilakukan terlebih dahulu yang tujuannya memberi peringatan lebih awal tentang di mana kemungkinan penelitian utama akan gagal, dan bisa menjadi petunjuk kepada peneliti pada bagian mana protokol akan gagal dijalankan, serta memastikan apakah metoda atau instrumen yang diusulkan atau direncanakan oleh peneliti cukup baik, sederhana, pantas ataukah terlalu rumit (Febrianto, 2014).

Selain itu dari data primer, peneliti juga akan menggunakan data sekunder dari berbagai sumber untuk kelengkapan data, langkah dari menentukan sumber data sekunder mana yang akan digunakan pada dasarnya dibedakan 2 macam sumber data sekunder, yakni:

1. Sumber data sekunder yang di publikasikan (*published source*), seperti publikasi hasil penelitian Individu
2. Sumber data sekunder yang tidak di publikasikan (*unpublished source*), seperti data arsip pemerintah pada lembaga-lembaga penelitian baik pemerintahan maupun data perusahaan swasta (Boedijoewono, 2007).

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Setiawan (2013: 20) Populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen sejenis namun dapat dibedakan satu sama lain karena karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah dosen-dosen UIN Ar-Raniry yang berjumlah 483 orang dosen.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Setiawan (2013: 20) sampel adalah sebagian dari populasi atau elemen-elemen yang ada di dalam populasi. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2012: 18)

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Bungin, 2005:16).

Berdasarkan jumlah populasi, maka peneliti melakukan pengambilan sampel. Adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus slovin (Muhammad, 2008: 180). Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan batas toleransi kesalahan di ambil sebesar 10% berarti memiliki tingkat akurasi 90%.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Tabel 3.1
Jumlah Populasi dan Sampel Dosen UIN Ar-Raniry

No	Nama Fakultas	Populasi	Sampel
1	Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan	180	31
2	Fakultas Syariah dan Hukum	64	11
3	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	54	9
4	Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	40	7
5	Fakultas Adab dan Humaniora	46	8
6	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	27	5
7	Fakultas Saintek	38	7
8	Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	14	2
9	Psikologi	12	2
10	Kelompok Dosen DPK	8	1
	JUMLAH POPULASI	483	
	TOTAL SAMPEL		83

(Sumber: Bagian Kepegawaian <kepeg@ar-raniry.ac.id, jum'at, 27 juli 2018)

Untuk memudahkan penelitian ini, maka peneliti mengambil 86 nasabah sebagai sampelnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013:142). Kuesioner inilah yang peneliti gunakan sebagai instrumen penelitian Kuesioner ini dibagikan kepada dosen UIN A-Raniry Banda Aceh. Pertanyaan bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Bebas (Independen)

1. Variabel Independen (X) yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain. Adapun yang menjadi variabel independen lain yaitu :
2. Kenyamanan (X_1)
Yang dimaksud disini Nasabah Merasa bahwa *e-Banking* itu adalah fleksibel dalam hal waktu dan tempat sehingga memberikan nyaman bagi nasabah.
3. Kemudahan Pengguna (X_4)
Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007:115). Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya

bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*), secara kontras, mengacu pada “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah”. (Yudha, 2015)

4. Kepercayaan (X_2)

Kerahasiaaan (*privacy*) berarti segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada orang yang megetahuinya (Hamlet and Sturube. 2000). Kecepatan aliran transaksi pada suatu sistem *online* merupakan *critical value* kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dari penggunaan jasa sistem *online*(Nisa dkk, 2013).

5. Ketersediaan Fitur (X_3)

Gerrad dan Cunningham (2003) mengidentifikasi faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *e-Banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada website. Fitur (*feature*) berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *internet banking*(Nisa dkk, 2013)

6. Kecepatan (X_5)

Kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan *internet banking* untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna *internet banking* (Mukherjeedan Nath, 2003). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Shergill dan Li (2005) menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan *speed of response* dengan serius ketika berkomunikasi dengan penyedia layanan *internet banking* (Nisadkk, 2013).

7. Tarif dan Biaya (X_6)

Chang (2002) menunjukkan bahwa *Internet Banking* memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. Lee dan Lee (2001) mengindikasikan bahwa *Internet Banking* memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka, biaya servis yang lebih rendah, dan penghematan waktu. (Nisa, dkk 2013)

8. Variabel Dependen (Y), yaitu variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain. Adapun yang menjadi variabel dependen adalah minat untuk menggunakan
Seperti gambar tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3.3
Defenisi Operasional

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan
Variabel Independen(X)				
Kenyamanan (X1) (Maia,2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah dapat mengakses internet <i>Banking</i> kapanpun dan di manapun (<i>anytime and anywhere</i>) 2. Tidak terdapat antrian (<i>queue</i>) 3. Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional (<i>convensiona lbanking</i>) yang kemudian mereka akan berminat untuk menggunakannyadi masa datang. 	1-5	Likert	1-2 3 4-5
Kemudahan Pengguna(X2) (Harlan, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Ease to learn</i> (mudah untuk dipelajari) 2. <i>Ase to use</i> (mudah digunakan) 3. <i>Clear and understandable</i> (jelas dan mudah dimengerti) 4. <i>Become skillfulL</i> (menjadi terampil). 	1-5	Likert	1-2 3-4 5-6 7-8
Kepercayaan (X3) (Harlan, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sitem kepercayaan 2. Sistem keamanan dari bank 	1-`5	Likert	1-3 4-9
Ketersediaan Fitur (X4) (Nisa,dkk 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses informasi tentang prduk dan jasa 2. keberagaman layanan transaksi 3. keberagaman fitur, 4. inovasi produk 	1-5	Likert	1-3 4 5

Tabel 3.2-Lanjutan

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Item Pertanyaan
Variabel Independen(X)				
Kecepatan (speed of respon) (X5) (Nisa, dkk2013)	1. Meningkatkan kecepatan pengelolaan informasi	1-5	Likert	1-2
	2. Pelanggan, cenderung memiliki efek yang penting dalam hal menyenangkan pelanggan.			3
Tarif dan Biaya (X6) (Nisa, dkk2013)	1. Memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka	1-5	Likert	1
	2. Biaya servis yang lebih rendah			2-3
Variabel Dependen(Y)				
Minat Bertransaksi menggunakan n <i>e-Banking</i> (Harlan, 2014)	1. Keinginan Menggunakan 2. Akan tetap Menggunakan di masa yang akan data	1-5	likert	1-4 5-6

3.6 Instrumen Penelitian

3.6.1 Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini yang diukur yaitu variabel faktor-faktor yang mempengaruhi minat dosen menggunakan fasilitas *e-Banking* pada bank syariah yang terdiri dari variabel faktor kenyamanan, kemudahan pengguna, kepercayaan, ketersediaan fitur, kecepatan, serta tarif dan biaya, dalam

mempengaruhi minat dosen UIN Ar-Raniry menggunakan *e-Banking* pada bank syariah. Variabel-variabel ini diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan. (Julianita, 2011). yang menurut Sugiyono (2004:86) adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur. Peneliti memberikan lima alternatif jawaban kepada responden, maka skala yang digunakan 1 sampai 5. Bobot pemetaan seperti gambar tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	ST	5

Sumber : Sugiyono, 2013

3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Uji validitas ini dilakukan untuk seluruh variabel yang instrumen atau alat pengukuran datanya

menggunakan angket atau bahan tes. Ukuran atau ketentuan yang menyatakan bahwa angket tersebut valid atau tidak valid yaitu harga koefisien korelasi yang diperoleh dari analisis atau r hitung dibandingkan dengan harga koefisien tabel atau r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan valid (Sudarmanto, 2013: 58).

3.7.2 Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reabilitas ini adalah lanjutan dari uji validitas, dimana item yang diuji adalah item yang valid saja. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60, sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0,60 maka item dinyatakan tidak reliabel (Sarjono dan Julianita, 2011).

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam suatu penelitian yaitu untuk mengukur kenormalan distribusi normal seputarskor-skor variabel terikat. Residu sendiri adalah sisa atau perbedaan hasil pengamatan variabel terkait hasil prediksi (Suharsimi, 2013). Dalam Pengujian ini normalitas dilakukan dengan analisis One-Simple Kolmogorov Smirnov test, dengan nilai sign $>$ 0,05. Jika nilai signifikan $>$ 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila $>$ 0,05 data tidak berdistribusi normal. Dan menggunakan grafik *probability plot*, dan grafik histogram (Erlina, 2008).

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Multikolinearitas adalah kolerasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan antara variabel bebas. Cara mendeteksi bahwa variabel tersebut terjadi multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai *Tolerance* $>0,1$ dan nilai VIF di bawah 10 atau < 10 menunjukkan bahwa tidak adanya multikolinearitas pada variabel independennya, sedangkan jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF >10 maka akan menunjukkan adanya multikolinearitas (Sarjono dan Julianita, 2011: 70).

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dan Fuad (2005) dalam jurnal Pinontoan (2013) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ke tidak samaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pada penelitian ini menggunakan grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode ketergantungan (*dependence method*), yaitu dengan menggunakan teknisis berupa analisis regersi linear berganda (*multiple regression analiysis*). Perolehan dari hasil operasionalisasi variabel akan diuji dan nilai variabel tersebut dimasukkan dalam program SPSS.

Menurut Kuncoro (2009:231) metode ketergantungan mampu menjelaskan dan memprediksi variabel terikat berdasarkan dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel dependen dengan variabel-variabel independennya. Adapun persamaan regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e \quad (3.2)$$

Keterangan :

Y= Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X1 = Variabel Kenyamanan

X2 = Variabel Kemudahan Pengguna

X3= Variabel Kepercayaan

X4= Variabel Ketersediaan Fitur

X5= Variabel Kecepatan

X6= Variabel Tarif dan Biaya

A = konstanta (nilai Y' apabila X=0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.9.2 PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan 3 pengujian. Adapun yang pertama adalah menggunakan uji-t(Parsial) untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependent (terikat). Kedua uji -F (silmultan) untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (bebas) secara bersama-sama terhadap variabel dependent (terikat). Ketiga Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Adapun model pengujian yang digunakan sebagai berikut:

3.9.3 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauhnya pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). (Sarjono,2011: 101) menyatakan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ($0,05 \leq \text{Sig.}$) maka H_0 diterima (H_a ditolak). Artinya tidak signifikan

2. Jika nilai probabilitas lebih besar daripada atau sama dengan nilai probabilitas Sig. ($0,05 \geq \text{Sig.}$) maka H_a diterima (H_0 ditolak). Artinya signifikan.

3.9.4 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012). Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel dengan kriteria pengujianya sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- b. H_a diterima jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.

3.9.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai nilai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase X terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka akan terjadi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka akan semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y (Madona, 2017).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah *e-Banking*

Sejarah *e-Banking* di mulai Tahun 1980an, implementasi *e-Banking* mulai di lakukan oleh beberapa bank di Indonesia. Proses kreatif ini dipicu setelah beberapa perusahaan memulai konsep belanja melalui *internet* atau lebih di kenal dengan belanja online. Beberapa bank sudah mulai membuat dan mengembangkan data fasilitas database online, tahun 1980an bank-bank di Amerika dan Eropa memulai penelitian dan percobaan pemograman pada konsep *Home Banking*. Ketika itu komputer dan *Internet Banking* belum begitu berkembang, penggunaan *Home Banking* pada dasarnya terbuat darimesin fax dan telpon untuk memudahkan layanan kepada pelanggan (Eni, 2014).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang merambah di negara Indonesia, masyarakat dituntut untuk mengikuti segala perkembangan yang ada baik dari timur maupun barat, secara keseluruhan masyarakat harus menerima segala apa yang ada, dan masuk di negara Indonesia. Dan tentu saja pada zaman yang semakin modern saat ini, teknologi informasi bukan sesuatu yang asing lagi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah mempengaruhi aktifitas ekonomi dan sosial. Kemajuan teknologi juga memberikan dampak pada dunia perbankan secara elektronik.

Salah satu perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan (Witasari dan Setiono,2015).

Secara teknologi yaitu *Electronic Banking (e-Banking)*. Mohamad Hatta mengemukakan bahwa bank adalah sendi kemajuan masyarakat dan sekiranya tidak ada bank maka tidak akan ada kemajuan seperti saat ini. Negara yang tidak mempunyai banyak bank yang baik dan benar adalah negara yang terbelakang (Setiono, 2015).

Menurut Setyanto (2011:1) Perkembangan persaingan dunia bisnis menjadi semakin ketat terutama pada lembaga keuangan seperti bank, perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus memberikan produk dan jasa yang berkualitas. Saat ini perusahaan dituntut untuk lebih berani dalam hal berinovasi dan menerapkan startegi agar dapat memenangkan persaingan, menangkan persaingan, tetapi untuk menjadi perusahaan yang unggul di dunia bisnis bukanlah sesuatu yang mudah, diperlukan kinerja perusahaan yang maksimal, strategi perusahaan yang baik serta pengelolaan manajemen yang tepat (Idris, 2016).

Salah satu teknologi informasi yang digunakan bank pada saat ini adalah *Elektronik Delivery Channel* yaitu seperti: ATM (*Automatic TellerMachine*),*Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Sms Banking* (PBI No: 9/15/PBI/2007). Dunia perbankan saat ini sudah memanfaatkan internet sebagai salah satu sarana dalam menawarkan berbagai layanan jasa dan produk, sehingga nasabah dapat bertransaksi dengan mudah selama 24jam. Dengan

kemudahan akses tersebut maka nasabah akan memiliki jangkauan yang luas terutama dalam melakukan bisnis (Idris,2016).

Di Indonesia terus berkembang dalam bidang pelayanan transportasi umumnya dengan menggunakan sistem pembayaran modern dengan menggunakan uang elektrik, yang bekerja sama dengan beberapa bank swasta di Indonesia yang menerbitkan uang elektrik dalam bentuk *E-Money Card*. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic TellerMachine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pasar pasar. Saat ini *Internet Banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk *delivery* maupun untuk persaingan antar bank. *OnlineBanking* diperkenalkan sebagai channel dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui *website* bank (Wibowo, 2015).

Perusahaan saat ini diharuskan memanfaatkan jasa-jasa perbankan dalam kegiatan usahanya jika ingin maju. (1) Dalam

Pasal 2, 3, dan 4 Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dinyatakan asas, fungsi, dan tujuan dari perbankan. Perbankan di Indonesia bertujuan melaksanakan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan(Idris,2015).

Pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan rakyat banyak. Sebagai lembaga kepercayaan, bank dituntut untuk selalu memperhatikan kepentingan masyarakat disamping kepentingan bank itu sendiri dalam mengembangkan usahanya. Bank juga harus bermanfaat bagi pembangunan ekonomi nasional sesuai dengan fungsi sebagai *Agent Of Development* dalam rangka mewujudkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas. (2) Bank menyediakan layanan *Electroni Banking* atau *e-Banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan alternatif media.

1. *Internet Banking*

Revolusi informasi yang di tandai dengan kemunculan internet telah berdampak hampir ke setiap aspek sektor kehidupan manusia, yang mulai dari pertahanan dan keamanan hingga sampai pada sektor perbankan.hasil dari revolusi informasi ini adalah ditemukannya sebuah konsep baru yang disebut *Internet Banking* (Budi, 2005). *Internet Banking* yang juga dikenal dengan istilah *Online Banking* atau *e-Banking* ini menurut situs wikipedia adalah melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya

melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking, aplikasi teknologi informasi dalam internet *Banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional. Tanpa adanya aplikasi teknologi informasi dalam *Internet Banking*, maka *Internet Banking* tidak akan jalan dan dimanfaatkan oleh industri perbankan (Silva, 2014).

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah yaitu *Internet dan Banking (bank)*. *Interconnected Network (Internet)* adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia (Shofiana, 2011).

Menurut Bank Indonesia, *Internet Banking* merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *Internet Banking* dibedakan menjadi tiga (3) yaitu: (1) *informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi

(*execution of transaction*). (2) *communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. (3) *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* dan melakukan eksekusi dan transaksi. Menurut Efraim Turban menyatakan "*online banking*, termasuk dari berbagai aktivitas perbankan yang bisa dilakukan dari rumah, saat bekerja, atau sedang di jalan, tidak harus dilakukan di lokasi bank secara fisik" dari pengertian itu dapat didefinisikan *Internet Banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun baru. Sedangkan menurut Furs et al. mendefinisikan *Internet Banking* sebagai saluran perpanjangan jarak jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan. Jasa-jasa perbankan yang diberikan *internet banking* adalah jasa-jasa yang diberikan melalui perbankan tradisional, seperti pembukaan rekening tabungan, melakukan transfer dana antar rekening (Riswandi, 2005).

2. *Mobile Banking*

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator selular. Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan mendaftarkan no. HP yang akan digunakan di samping password untuk keamanan bertransaksi.

Untuk memudahkan nasabah bertransaksi dengan berbagai fasilitas tersebut, para nasabah dapat bertransaksi secara cepat tanpa batasan waktu dan jarak. Selain itu, bank ini juga telah memiliki layanan "*call center*" untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin mengetahui lebih banyak mengenai bank tersebut, termasuk menyampaikan keluhan yang di hadapinya. Untuk mendapatkan fasilitas layanan perbankan melalui *handphone*, ini dapat dilakukan dengan cara melakukan registrasi melalui bank yang bersangkutan melalui ATM,

M-Banking memberikan kemudahan kepada setiap orang untuk sekedar mengecek saldo tabungan, membayar tagihan ataupun mentransfer dana ke rekening lain. Artinya, kegiatan yang beberapa waktu lalu harus dilakukan di depan teller, kini bisa dilakukan kapanpun, dimanapun, tanpa

harus datang ke kantor cabang bank atau Anjungan Tunai Mandir(ATM),*M-Banking* sangat tepat diperuntukkan bagi mereka yang mungkin karena padatnya jadwal, sibuk atau akibat tidak adanya pilihan lain. (Munawir, 2017).

Mobile Banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada para nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi. Ada beberapa layanan *Mobile Banking* yang digunakan oleh pelanggan antara lain: untuk mengirim uang (transfer) antar rekening di bank yang sama dimana nasabah tinggal menghubungi *customer service* bank, dapat digunakan untuk membayar tagihan telepon rumah atau membayar angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil atau rumah secara rutin (*standing instruction*), melaksanakan transfer ke bank lain, membayar tagihan telepon seluler, melayani pengisian voucher isi ulang, membayar tagihan kartu kredit, membayar iuran dana pensiun di Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK), bahkan melayani transfer ke bank lain secepat membalikkan tangan melalui *real time gross settlement* (RTGS). Dengan demikian, nasabah diperlakukan pribadi seperti raja tanpa pandang waktu (Aziroh, 2013).

3. ATM (*Automatic Teller Machine*)

ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah mesin yang dapat melakukan tugas-tugas yang seharusnya dilakukan oleh teller. Dengan menggunakan ATM, nasabah dapat melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun atas pelayanan bank ini, bank akan memungut biaya pemeliharaan tertentu. Produk ini dapat menggunakan prinsip ijarah untuk pelayanan terhadap nasabah, bank dapat memberikan fitur, antara lain: transfer antara rekening, pembayaran telephone, handphone, Listrik, dan lain-lain. Biaya yang dipungut biasanya ditetapkan secara sebelum dengan nilai yang tetap, misalnya Rp.3.000. Namun demikian, ada beberapa bank yang juga menerapkan biaya administrasi setiap kali terjadi transaksi dengan ATM.

Pada perkembangannya, produk atm ini tidak hanya memiliki target *market* nasabah pendanaan, namun juga juga bank dan merchant. Bank-bank yang menjadi target pasar adalah bank yang ingin memiliki fasilitas ATM, namun tidak memiliki teknologinya terkait masalah mahalnnya biaya invetasi produk ini. Sistem ATM bersama yang sedang tren saat ini menjadi sumber pemasuk yang besar bagi bank yang memiliki teknologi ini. Biasanya setiap kali penerbitan kartu ATM oleh nasabah bank mitra kerja akan dikenakan biaya tertentu untuk kepentingan bank pemilik teknologi ATM Saat ini, perkembangan ATM

sudah sedemikian maju hingga penarikan dana dapat dilakukan pada kasir-kasir belanja di *merchat*(Zulkifli, 2007).

4. *SMS Banking*

SMS Banking adalah penggunaan layanan transaksi perbankan dengan menggunakan sarana telekomunikasi yaitu SMS. Saat ini pelanggan bank dapat melakukan berbagai macam transaksi perbankan seperti: cek saldo, transfer, pembayarandll dimanapun ia berada, dengan menggunakan fitur SMS pada telepon genggam yang dimilikinya. Pengguna hanya perlu memasukkan nomor PIN pada telepon genggam yang dimilikinya untuk melakukan semua fitur perbankan yang ditawarkan oleh layanan *SMS banking*. *SMS Banking* memiliki keunggulan dibandingkan dengan *Internet Banking* karena tidak memerlukan browser untuk melakukan transaksi perbankan sehingga nasabah dapat melakukan transaksi dengan menggunakan *handphone* model apa saja dan tidak memerlukan sambungan internet.

Kekurangannya banyaknya pelanggan yang menggunakan layanan *SMS Banking* tidak diimbangi dengan faktor keamanan yang ada pada layanan tersebut. Sampai saat ini kejahatan terhadap layanan *SMS Banking* masih sering terjadi. Layanan ini menjadi rentan kejahatan dikarenakan banyaknya data pribadi yang dimasukkan

pelanggan ke dalam konten SMS, mulai dari nomor PIN, nomor rekening dll. Sistem proteksi yang dimiliki oleh sistem SMS *Banking* yang hanya mengandalkan PIN dan nomor telepon memiliki kemungkinan data disadap di tengah jalan dan dilakukan kloning kartu nomor telepon, sebelum data mencapai server SMS, hal ini menyebabkan seseorang yang berhasil menyadap PIN dan melakukan kloning kartu SIM nasabah dapat mengakses dan melakukan transaksi (Rahmad, 2017).

4.1.1 Jenis–Jenis Transaksi *e-Banking Syariah*

1. Transfer dana atau pemindahan dana
 - a. Dua Rekening di bank yang sama
 - b. Rekening di bank yang berbeda, misal rekening di bank A ke rekening di bank B
 - c. Dan Lain-lain
2. Informasi
 - a. Saldo
 - b. Transaksi
 - c. Dan lain-lain
3. Pembayaran
 - a. Listrik
 - b. Handphone berbagai operator
 - c. Iuran TV Kabel
 - d. PBB
 - e. Kartu Kredit

- f. Dan lain-lain
4. Pembelian
- a. Pulsa Telepon berbagai operator
 - b. Pulsa PLN Prabayar
 - c. Pulsa (E-tol)
 - d. Dan lain-lain

4.1.2 Kelebihan dan Kekurangan *e-Banking* Syariah

1. Kelebihan *e-Banking* Syariah

e-Banking Syariah dapat bertransaksi kapan saja dan di mana saja, sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer atau *handphone*, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank, Efisiensi waktu dan efisiensi biaya. Aman. *Electronic Banking* dilengkapi dengan *securityuser* ID dan PIN untuk menjamin keamanan dan menggunakan Key Token alat tambahan untuk mengamankan transaksi. Mudah, *User Friendly* dan *design* mudah dimengerti dan digunakan, sehingga anda tidak perlu membaca buku manual untuk menggunakan menu-menu dasar yang ada. Keamanan yang berlapis Menggunakan teknologi kriptografi seperti penggunaan enkripsi dengan menggunakan SSL (*Secure Socket Layer*) yang akan mengacak dan menyandikan data transaksi.

2. Kekurangan *e-Banking* Syariah

Dalam penggunaannya *e-Banking* dapat dilihat dari tingkat keamanannya tidaklah seaman seperti yang dibayangkan, karena penggunaan *e-Banking* juga memiliki keterbatasan seperti di saat terjadinya gangguan jaringan maka akses melalui *e-Banking* akan terhambat, kemudian tingkat kemanannya jugarelatife kurang terjamin hal ini banyak kasus yang terjadi sehari-hari seperti pembobolan tabungan nasabah melalui ATM yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu yang merugikan nasabah/pelanggan. Tentu hal ini akan berdampak terhadap tingkat minat dan kepuasan nasabah/pelanggan (Ariyani, 2015).

4.2 Statistik Deskripsi

Sebelumnya peneliti telah menyebarkan sebanyak 125 kuesioner kepada para responden dan yang kembali kepada peneliti adalah sebanyak 91 kuesioner dan yang memenuhi syarat sebanyak 86 dan sisanya kuesionernya tidak dapat dipakai (rusak). Pada penelitian ini dilakukan pengujian pengaruh dari Fasilitas *e-Banking* sebagai variabel *independen* dan Minat sebagai variabel *dependen*. Berikut ini statistik deskripsi dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Nilai Item Rata-Rata dan Rata-rata Gabungan

No	Pertanyaan/item	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
PT1(X1)	<i>e-Bankingsyariah</i> bisa digunakan kapan saja	4,45	
PT2(X1)	<i>e-Banking syariah</i> bisa digunakan dimana saja	4,36	
PT3(X1)	Menghemat waktu	4,35	4,27
PT4(X1)	Tidak perlu mengantri untuk menggunakan <i>e-Bankingsyariah</i>	4,02	
PT5(X1)	<i>User friendly</i>	4,17	
PT1(X2)	Tampilan <i>e-Bankingsyariah</i> mudah untuk di baca.	4,16	
PT2(X2)	Pengoperasian <i>e-Banking syariah</i> mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha	4,16	
PT3(X2)	<i>e-Banking syariah</i> fleksibel untuk bertransaksi	4,16	
PT4(X2)	<i>e-Banking syariah</i> mudah digunakan, dan hasilnya cepat diketahui	4,23	4,12
PT5(X2)	Pengoperasian <i>e-Bankingsyariah</i> mudah dipahami dan tidak rumit	4,07	
PT6(X2)	Pengoperasian <i>e-Banking syariah</i> simpel	4,02	
PT7(X2)	Fitur dalam <i>e-Banking syariah</i> mudah dijalankan	4,05	
PT8(X2)	<i>e-Banking syariah</i> mudah dipelajari dan simpel.	4,15	
PT1(X3)	Transaksi menggunakan <i>e-Bankingsyariah</i> dapat dipercaya walaupun tidak bertemu langsung dengan pegawai bank.	4,08	
PT2(X3)	Fitur-fitur yang ditawarkan pihak Bank tentang <i>e-Bankingsyariah</i> adalah Jujur	4,01	
PT3(X3)	Fitur-fitur dalam <i>e-Banking syariah</i> dapat dipercaya untuk bertransaksi	3,91	
PT4(X3)	<i>e-Bankingsyariah</i> yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya	3,66	

Tabel 4.1-Lanjutan

No	Pertanyaan/item	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
PT5(X3)	Bank penyedia <i>e-Banking</i> syariah mampu menjaga keamanan dalam bertransaksi.	3,83	3,90
PT6(X3)	Bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> syariah mampu menjaga kerahasiaan data dan keamanan data	3,77	
PT7(X3)	Bank penyedia layanan <i>e-Bankingsyariah</i> memenuhi tanggung jawab kepada nasabah	3,88	
PT8(X3)	Bank mampu menjaga komitmen sebagai bentuk menjaga keamanan tentang fitur-fitur dalam <i>e-Bankingsyariah</i>	3,90	
PT9(X3)	Menggunakan <i>e-Bankingsyariah</i> lebih aman dan nyaman	4,14	
PT1(X4)	<i>e-Banking</i> syariah mudah di akses layanannya	4,15	
PT2(X4)	<i>e-Banking</i> syariah mudah mencetak laporan rekening.	4,06	
PT3(X4)	Layanan transfer pembayaran utilitas publik (tagihan listrik,telepon,dll) mudah dilakukuan menggunakan <i>e-Bankingsyariah</i>	4,31	4,18
PT4(X4)	<i>e-Bankingsyariah</i> mudah dalam mengubah user ID dan password	4,10	
PT5(X4)	Keterangan saldo yang mudah untuk di cek menggunakan <i>e-Banking</i> syariah	4,29	
PT1(X5)	Tidak ada antrian pada penggunaan <i>e-Banking</i> syariah.	4,00	
PT2(X5)	<i>e-Banking</i> syariah cepat dalam merespon keluhan dari nasabah.	3,71	3,99
PT3(X5)	Perbandingan dengan perbankan tradisional(saya lebih memilih menggunakan <i>e-Banking</i> syariah dalam transaksi)	4,27	
PT1(X6)	Biaya transaksi <i>e-Banking</i> syariah murah	3,98	
PT2(X6)	Biaya tahunan (biaya tahunan pada <i>e-Banking</i> syariah terjangkau)	4,01	4,01
PT3(X6)	Loyalitas terhadap <i>e-Banking</i> syariah	4,06	

Tabel 4.1-Lanjutan

No	Pertanyaan/item	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
PT1(X6)	Biaya transaksi <i>e-Banking</i> syariah murah	3,98	
PT2(X6)	Biaya tahunan (biaya tahunan pada <i>e-Banking</i> syariah terjangkau)	4,01	4,01
PT3(X6)	Loyalitas terhadap <i>e-Bankingsyariah</i>	4,06	
PT1(Y)	Saya tertarik menggunakan <i>e-Bankingsyariah</i> karena biaya pembuatan kartu <i>e-Banking</i> syariah terjangkau	4,09	
PT2(Y)	Saya akan menggunakan <i>e-Bankingsyariah</i> sebab dapat meminimalisir adanya tindak kejahatan	3,99	
PT3(Y)	Bank-bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> syariah tidak memungut biaya atas transaksi yang dilakukan di bank yang sama	4,06	4,10
PT4(Y)	<i>e-Banking</i> syariah dapat memindahkan buku antar rekening dengan cepat	4,17	
PT5(Y)	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan <i>e-Banking</i> syariah pada saat bertransaksi (transfer uang, membayar tagihan listrik membeli pulsa,dll.) dri pada harus mengantri di bank	4,08	
PT6(Y)	<i>e-Banking</i> yariah sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan perbankan nasabah	4,24	

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Versi 21, (2018)

4.3 Deskripsi Data Responden

Dalam Penelitian ini, peneliti telah memperoleh data responden melalui penyebaran kuesoner atau angket dalam waktu 15 hari. Penelitian memilih memaparkan deskripsi data Nasabah

(Dosen) UIN Ar-Raniry Banda Aceh melalui informasi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, status, pendapatan perbulan, fasilitas *e-Banking* syariah apa saja yang digunakan dan fasilitas *e-Banking* syariah yang sering digunakan.

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

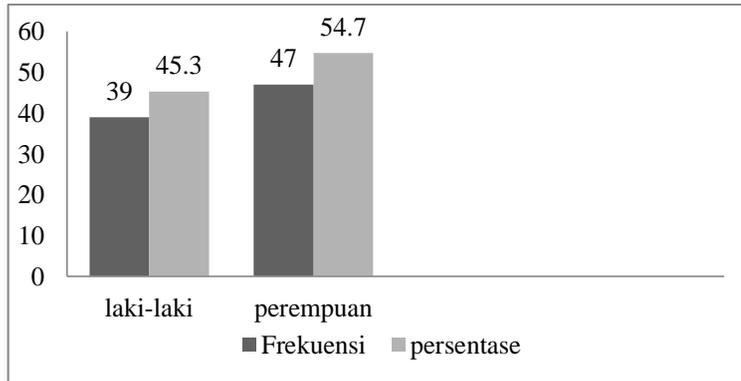
Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah dosen UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	39	45,3%
Perempuan	47	54,7%
Total	86	100%

Sumber : Data primer Out put SPSS Statistik IBM Versi 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 47 responden, sedangkan sisanya laki-laki yaitu sebanyak 39 responden. Berikut besaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Gambar 4.1



Sumber : Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Gambar 4.1
Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden perempuan sebanyak 54,7%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 45,3%.

4.3.2 Karakteristik Menurut Usia

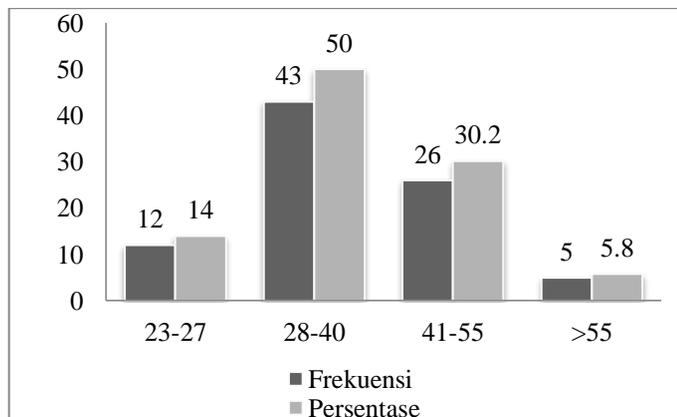
Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan umur responden berdasarkan 4 kategori yaitu 23-27, 28-40, 41-55, >55. Berikut tabel Responden berdasarkan usia, sebagaimana terlihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	23-27	12	14%
2	28-40	43	50%
3	41-55	26	30,2%
4	>55	5	5.8%
Total		86	100%

Sumber : Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM Versi 21, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan umur adalah nasabah yang berusia 28-40 tahun sebesar 43 orang, sedangkan responden yang paling sedikit adalah umur >55 tahun yaitu hanya 5 orang. Berikut gambaran responden berdasarkan umur terlihat pada gambar 4,2



Sumber : data Primer Out Put SPSS Statistik IBM Versi 21, 2018.

Gambar 4.2
Diagram Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan Gambar di atas 4.2 umur responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berusia 28-40 tahun yaitu sebanyak 50%, hal ini dikarenakan tempat yang menjadi lokasi peneliti melakukan penelitian adalah lokasi yang menjadi area perkuliahan yang menjadi sarana belajar dan mengajar, sehingga umur 28-40 tahun menjadi responden yang mendominasi. Sedangkan yang paling sedikit adalah umur >55 yaitu hanya 5,8%.

4.3.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini, Penelitian melihat pendidikan terakhir meliputi: S1, S2, dan S3. berikut tabel karakteristik responden menurut pendidikan terakhir dilihat di Tabel 4.3

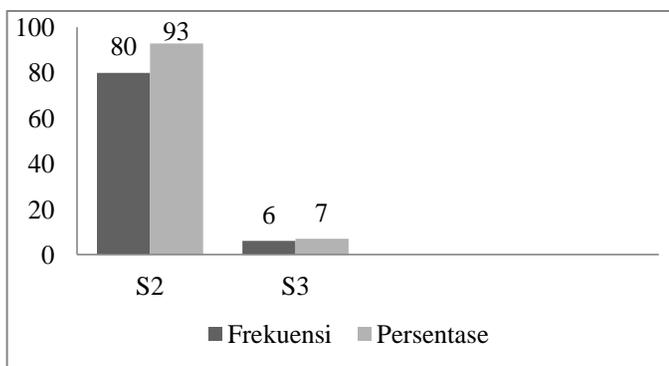
Tabel 4.4
Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	S2	80	93%
2	S3	6	7%
Total		86	100%

Sumber : data primer out put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan pendidikan terakhir adalah dosen yang berpendidikan terakhir S2 sebesar 80 orang sedangkan yang sedikit adalah dosen yang berpendidikan terakhir S3 yaitu hanya 6

orang. Berikut gambaran responden berdasarkan pendidikan terakhir terlihat pada Gambar 4.3



Sumber: Data Primer Out Put SPSS 21, (2018)

Gambar 4.3 **Diagram Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir**

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas pendidikan terakhir responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berpendidikan terakhir S2 yaitu sebanyak 93 %, hal ini terjadi karena lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan area yang terdapat sarana belajar dan mengajar, sehingga banyak responden yang mendominasi pendidikan terakhir yaitu S2. Sedangkan yang paling sedikit adalah S3 yaitu hanya 7 %.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

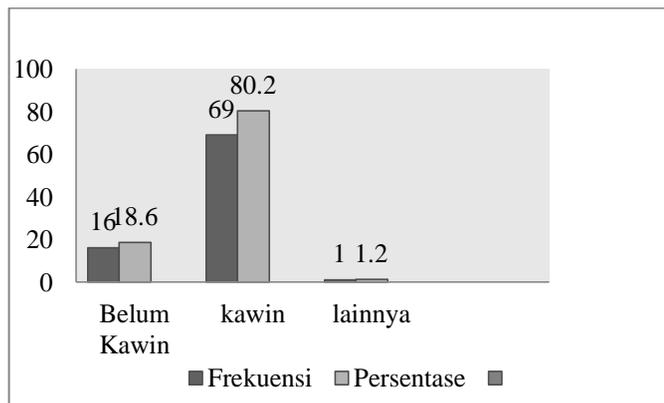
Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat status meliputi kawain dan belum kawin, berikut tabel karakteristik responden menurut status pada Tabel 4.5

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Status	Frekuensi	Persentase
1	Kawin	69	80,2%
2	Belum Kawin	16	18,6%
3	Lainnya	1	1,2%
Total		86	100%

Sumber : data primer Out Put SPSS 21 (2018)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan status adalah dosen yang menikah sebesar 69 orang, sedangkan responden yang paling sedikit adalah lainnya yaitu hanya 1 orang. Berikut gambaran responden berdasarkan umur terlihat pada Gambar diagram 4.5



Sumber: data primer Out Put SPSS S21, (2018)

Gambar 4.4
Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Berdasarkan Gambar 4.4 di atas responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah

responden yang kawin sebanyak 80,2 %. Sedangkan yang paling sedikit adalah Lainnya yaitu hanya 1,2 %.

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Dalam penelitian ini, penelitian melihat pendapatan perbulan dosen berdasarkan jumlah gaji yang diperoleh setiap bulannya yaitu :<Rp.500.000, Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000, Rp.1.500.000-Rp.3.000.000 , Rp. 3.000.000- Rp. 5.000.000 dan Rp. >Rp. 5.000.000. berikut tabel karakteristik responden menurut pendidikan terakhir dilihat di Tabel 4.6

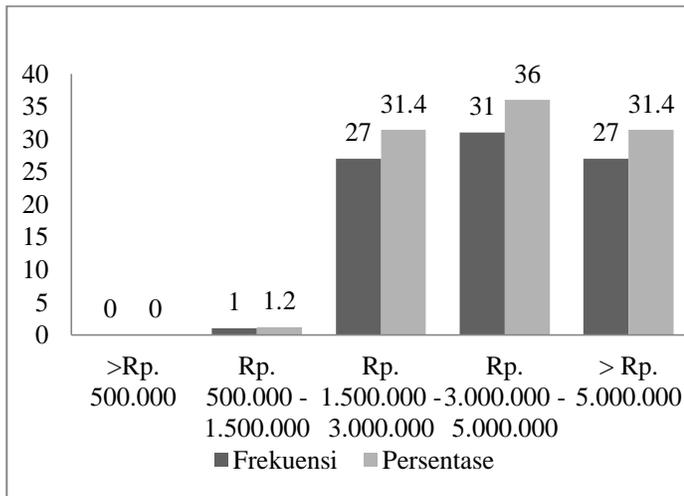
Tabel 4.6
Tabel Karakteristik Berdasarkan Pendapatan perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
1	<Rp.500.000	-	-
2	Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000	1	1,2%
3	Rp. 1.500.000 - Rp.3.000.000	27	31,4%
4	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	31	36%
5	>Rp. 5.000.000	27	31,4%
Total		86	100 %

Sumber : data primer Out Put SPSS 21,(2018).

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berdasarkan Pendapatan perbulan adalah dosen

yang bergaji Rp. 3000.000 - Rp. 5.000.000 sebesar 30 orang, sedangkan responden yang paling sedikit adalah dosen dengan gaji Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000 yaitu hanya 1 orang. Berikut gambaran responden berdasarkan Pendapatan terlihat pada gambar4.6



Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Gambar 4.5 **Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

Berdasarkan Gambar 4.5 Di atas Pendapatan Perbulan responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang pendapatannya sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 36 %. Sedangkan yang paling sedikit adalah Rp. 500.000- Rp. 1.500.000 yaitu hanya 1,2 %.

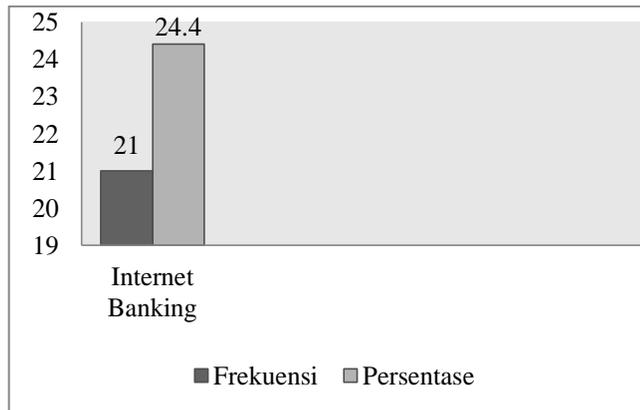
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas *e-Banking* Syariah yang digunakan

Dalam penelitian ini, Penelitian melihat Fasilitas *e-Banking* syariah yang digunakan dosen yaitu, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *ATM*, dan *SMS Banking*. Berikut tabel karakteristik responden menurut pendidikan terakhir dilihat di tabel 4.7

Tabel 4.7
Tabel Internet Banking

No	Fasilitas E-Banking	Frekuensi	Persentase
1	Internet Banking	21	24,4%
Total		86	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018



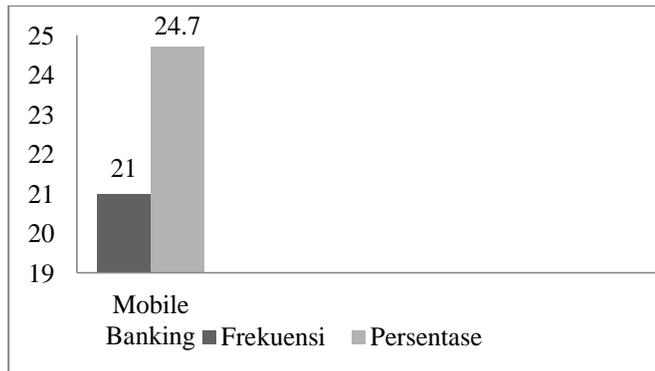
Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, (2018)

Gambar 4.6
Diagram Internet Banking

Tabel 4.8
Tabel Mobile Banking

No	Fasilitas E-Banking	Frekuensi	Persentase
2	Mobile Banking	21	24,4%
Total		86	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, (2018)



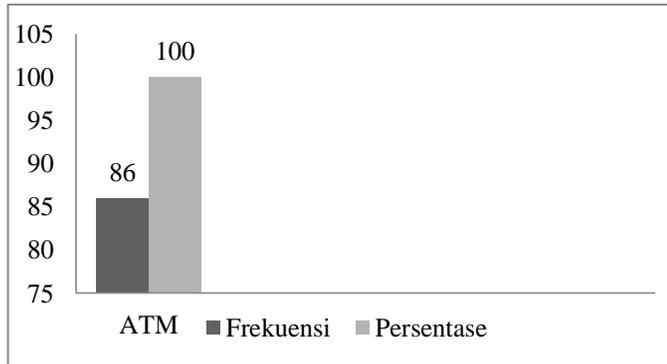
Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Gambar 4.7
Diagram Mobile Banking4.8

Tabel 4.9
Tabel ATM

No	Fasilitas E-Banking	Frekuensi	Persentase
3	ATM	86	100
Total		86	100%

Sumber : Data Primer Out Put SPSS versi 21, (2018)



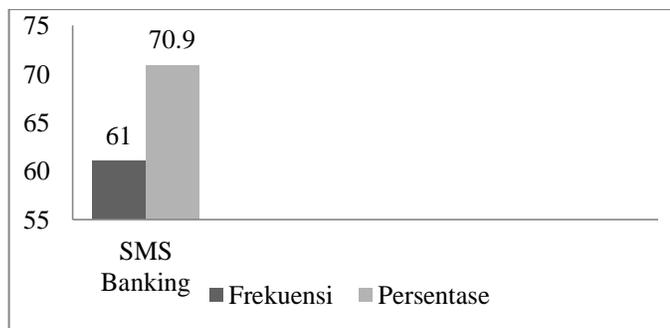
Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21,(2018)

Gambar 4.8
Diagram ATM Banking

Tabel 4.10
Tabel SMS Banking

No	Fasilitas E-Banking	Frekuensi	Persentase
4	SMS Banking	61	71,8
Total		61	

Sumber : Data Primer Out Put 21, (2018)



Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, (2018)

Gambar 4.9
Diagram SMS Banking

Berdasarkan Fasilitas *e-Banking syariah* yang digunakan, responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang menggunakan Fasilitas ATM yaitu persentase sebesar 100 %. Sedangkan yang paling sedikit adalah *Internet Banking* dan *Mobile Banking* yaitu 24,4 %.

4.3.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas *e-Banking syariah* yang Sering Digunakan

Dalam penelitian ini, penelitian melihat Fasilitas *e-Banking syariah* yang sering digunakan dosen yaitu, *Internet Banking*, *Mobile Banking*, ATM, dan *SMS Banking*, berikut tabel karakteristik responden menurut pendidikan terakhir dilihat di tabel 4.11

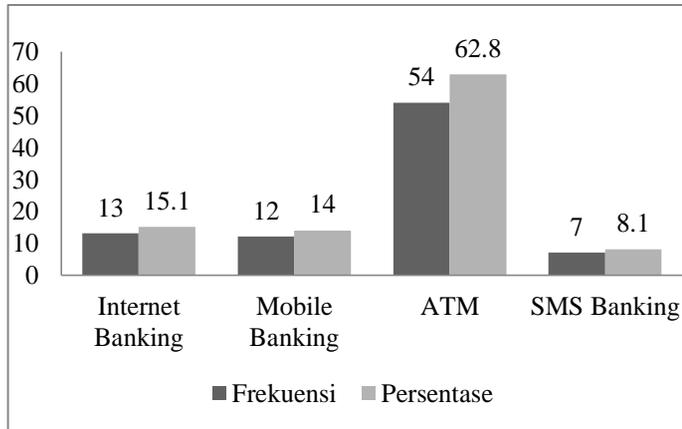
Tabel 4.11
Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas *e-Banking* yang sering digunakan

No	Fasilitas <i>e-Banking</i> sering digunakan	Frekuensi	Persentase
1	Internet Banking	13	15,1%
2	Mobile Banking	12	14%
3	ATM	54	62,8%
4	SMS Banking	7	8,1%
	Total	86	100%

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, (2018)

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah ATM yaitu sebanyak 54 responden, sedangkan yang paling sedikit yaitu *SMS Banking* responden.

Berikut besaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Gambar 4.11



Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, (2018)

Gambar 4.10
Diagram Fasilitas *e-Banking* yang sering digunakan

Berdasarkan Fasilitas *e-Bankingsyariahyang* digunakan responden pada diagram diatas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang menggunakan Fasilitas ATM yaitu persentase sebesar 62,8 %. Sedangkan yang paling sedikit adalah SMS *Banking* yaitu 8,1%.

4.3.8 Tanggapan Responden

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarakan diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan skala 5 skor yaitu skor 1 sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, Kurang Setuju 3 , skor 4 setuju dan skor 5 sangat setuju.

Tabel 4.12
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan

No	Pertanyaan/ item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
1	<i>e-Banking syariah</i> bisa digunakan kapan saja			5,8	43	51,2	4,45	
2	<i>Mobile Banking</i> bisa digunakan dimana saja			9,3	45,3	45,3	4,36	
3	Menghemat waktu	1,2		8,1	45,3	45,3	4,35	4,27
4	Tidak perlu mengantri menggunakan <i>e-Banking syariah</i>	1,2	5,8	24,4	26,7	41,9	4,02	
5	<i>User Friendly</i>			3,5	75,6	20,9	4,17	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan tabel di atas 4.13 di variabel Kenyamanan, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan pertama yaitu *e-Banking syariah* bisa digunakan kapan saja dengan rata-ratanya sebesar 4,45 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor empat yaitu Tidak Perlu Mengantri menggunakan *e-Banking syariah* dengan rata-ratanya sebesar 4,02 namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel Kenyamanan sebesar 4,26.

Tabel 4.13
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Pengguna

No	Pertanyaan/Item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
1	Tampilan- <i>Bankingsyariah</i> mudah untuk di baca.		2,3	4,7	67,4	25,6	4,16	
2	Pengoperasian <i>e- Bankingsyariah</i> mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha			11,6	60,5	27,9	4,16	
3	<i>e-Bankingsyariah</i> fleksibel untuk bertransaksi			8,1	67,4	24,4	4,16	
4	<i>e-Banking</i> syariah mudah digunakan, dan hasilnya cepat diketahui			12,8	51,2	36	4,23	4,12
5	Pengoperasian <i>e- Bankingsyariah</i> Syariah mudah dipahami dan tidak rumit			17,4	58,1	24,4	4,07	
6	Pengoperasian <i>e- Banking</i> syariah simpler			20,9	55,8	23,3	4,02	
7	Fitur dalam <i>e- Banking</i> syariah mudah dijalankan			14	67,4	18,6	4,05	
8	<i>e-Banking</i> syariah mudah dipelajari dan simpler.							

Sumber : Data Primer Out Put SPSS Statistik 21, 2018

Berdasarkan tabel di atas 4.14 pada variabel kemudahan pengguna, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan keempat yaitu *e-Banking* syariah

mudah digunakan dan hasilnya cepat diketahui dengan rata-ratanya sebesar 4,23 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor enam yaitu pengoperasian *e-Banking* syariah simpel dengan rata-ratanya sebesar 4,02, namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel Kemudahan Pengguna sebesar 4,11.

Tabel 4.14
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan

No	Pertanyaan/item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata gabungan
1	Transaksi menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah dapat dipercaya walaupun tidak bertemu langsung dengan pegawai bank.			16,3	59,8	24,4	4,08	
2	Fitur-fitur yang ditawarkan pihak Bank tentang <i>e-Banking</i> Syariah adalah Jujur			15,1	68,6	16,3	4,01	
3	Fitur-fitur dalam <i>e-Banking</i> Syariah dapat dipercaya untuk bertransaksi			23,3	62,8	14	3,91	
4	<i>e-Banking</i> Syariah yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancaran	1,2		40,7	47,7	10,5	3,66	

Tabel 4.14-Lanjutan

No	Pertanyaan/item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata gabungan
5	Bank penyedia <i>e-Banking</i> Syariah mampu menjaga keamanan dalam bertransaksi.			36	45,3	18,6	3,83	3,90
6	Bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> Syariah mampu menjaga kerahasiaan data dan keamanan data		3,5	32,6	47,7	16,3	3,77	
7	Bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> Syariah memenuhi tanggung jawab kepada nasabah	1,2		22,1	62,8	14	3,88	
8	Bank mampu menjaga komitmen sebagai bentuk menjaga keamanan tentang fitur-fitur dalam <i>e-Banking</i> Syariah			22,1	66,3	11,6	3,90	
9	Menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah lebih aman dan nyaman.		1,2	10,5	61,6	26,7	4,14	

Sumber: Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel di atas 4.15 pada variabel kepercayaan, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan kesembilan yaitu menggunakan *e-Banking* syariah lebih aman dan nyaman dengan rata-ratanya sebesar 4,14 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor empat yaitu *e-Banking* syariah yang ditawarkan oleh pihak bank dapat

dipercaya kelancarannya dengan rata-rata sebesar 3,66, namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel kepercayaan sebesar 3,90.

Tabel 4.15
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Fitur

No	Pertanyaan/ item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
1	<i>e-Banking</i> Syariah mudah di akses layanannya			9,3	66,3	24,4	4,15	
2	<i>e-Banking</i> Syariah mudah mencetak laporan rekening.	1,2		14	61,6	23,3	4,06	
3	Layanan transfer pembayaran utilitas publik (tagihan listrik,telepon,dll) mudah dilakukuan menggunakan <i>e-Banking</i>			2,3	64	33,7	4,31	4,18
4	<i>e-Banking</i> mudah dalam mengubah user ID dan password	1,2	2,3	5,8	66,3	24,4	4,10	
5	Keterangan saldo yang mudah untuk di cek menggunakan <i>e-Banking</i>	1,2		2,3	61,6	34,9	4,29	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel di atas 4.10 pada variabel ketersediaan fitur, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan kelima yaitu keterangan saldo yang untuk di cek menggunakan *e-Banking* dengan rata-ratanya sebesar 4,29 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor dua yaitu *e-Banking* syariah mudah dicetak laporan rekeningnya

dengan rata-rata sebesar 4,06, namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel Ketersediaan Fitur sebesar 4,14.

Tabel 4.16
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan

No	Pertanyaan/ item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
1	Tidak ada antrian pada penggunaan <i>e-Banking</i> syariah.		1,2	27,9	40,7	30,2	4,00	
2	<i>e-Banking</i> syariah cepat dalam merespon keluhan dari nasabah.		3,5	34,9	48,8	12,8	3,71	3,99
3	Perbandingan dengan perbankan tradisional(saya lebih memilih menggunakan <i>e-Banking</i> syariah dalam transaksi)			7	59,3	33,7	4,27	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel di atas 4.17 pada variabel kecepatan, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan ketiga yaitu perbandingan dengan perbankan tradisional (saya lebih memilih menggunakan *e-Banking* syariah dalam transaksi) dengan rata-ratanya sebesar 4,27 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor dua yaitu *e-Banking* syariah cepat dalam merespon keluhan dari nasabah rata-rata sebesar 3,71, namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel Kecepatan sebesar 3,99.

Tabel 4.17
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Tarif dan Biaya

No	Pertanyaan/ item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
1	Biaya transaksi <i>e-Banking</i> syariah murah			17,4	67,4	15,1	3,98	
2	Biaya tahunan (biaya tahunan pada <i>e-Banking</i> syariah terjangkau)			10,5	77,9	11,6	4,01	4,01
3	Loyalitas terhadap <i>e-Banking</i> Syariah			12,8	68,6	18,6	4,06	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel di atas 4.18 pada variabel tarif dan biaya, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan ketiga yaitu loyalitas terhadap *e-Banking* syariah dengan rata-ratanya sebesar 4,06 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor satu yaitu Biaya transaksi *e-Banking* syariah murah, dengan rata-rata sebesar 3,79 namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel Tarif dan Biaya 4,01.

Tabel 4.18
Rata-Rata dan Rata-Rata Gabungan
Tanggapan Responden Terhadap Minat

No	Pertanyaan/ item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
1	Saya tertarik menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah karena biaya pembuatan kartu <i>e-Banking</i> Syariah terjangkau			5,8	79,1	15,1	4,09	
2	Saya akan menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah sebab dapat meminimalisir adanya tindak kejahatan			26,7	47,7	25,6	3,99	
3	Bank-bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> Syariah tidak memungut biaya atas transaksi yang dilakukan di bank yang sama	1,2	1,2	15,1	55,8	26,7	4,06	
4	<i>e-Banking</i> Syariah dapat memindahkan buku antar rekening dengan cepat			3,5	75,6	20,9	4,17	4,10

Tabel 4.18-Lanjutan

No	Pertanyaan/item	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rata-Rata Gabungan
5	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan <i>e-Banking</i> Syariah pada saat bertransaksi (transfer uang, membayar tagihan listrik membeli pulsa,dll.) dri pada harus mengantri di bank			10,5	70,9	18,6	4,08	
6	<i>e-Banking</i> Syariah sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan nasabah		1,2	7	58,1	33,7	4,24	

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel di atas 4.19 pada variabel independent minat, menunjukkan bahwa pertanyaan yang paling tinggi jawabannya adalah pertanyaan keenam yaitu *e-Banking* syariah sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan perbankan nasabah, dengan rata-ratanya sebesar 4,24 dan pertanyaan yang paling sedikit adalah pertanyaan nomor dua yaitu saya menggunakan *e-Banking* syariah karena dapat meminimalisir tindakan kejahatan dengan rata-rata sebesar 3,99 namun dari hasil pertanyaan di atas rata-rata gabungannya nilai variabel independent sebesar 4,10.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji valid atau tidak valid dapat dilihat nilai r hitung dibandingkan tabel r *Product Moment* untuk df (Derajat Kebebasan) = $n-2 = 86-6 = 80$ untuk α sebesar 5% atau signifikansi 0,05 adalah 0,217. Jika r hitung $>$ r tabel maka soal tersebut valid dan jika r hitung $<$ r tabel maka soal tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.20

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas 86 Responden

Variabel	r tabel n = 86	Pearson Corelation n=86	keterangan
Kenyamanan(X1)			
PI(X1)	0.217	0,526	Valid
P2(X1)	0.217	0,444	Valid
P3(X1)	0.217	0,550	Valid
P4(X1)	0.217	0,339	Valid
P5(X1)	0.217	0,566	Valid
Kemudahan Pengguna(X2)			
P1(X2)	0.217	0,470	Valid
P2(X2)	0.217	0,513	Valid
P3(X2)	0.217	0,293	Valid

Tabel 4.19-Lanjutan

Variabel	r tabel n = 86	Pearson Corelation n=86	keterangan
P4(X2)	0.217	0,427	Valid
P5(X2)	0.217	0,376	Valid
P6(X2)	0.217	0,399	Valid
P7(X2)	0.217	0,464	Valid
P8(X2)	0.217	0,577	Valid
Kepercayaan(X3)			
P1(X3)	0.217	0,519	Valid
P2(X3)	0.217	0,528	Valid
P3(X3)	0.217	0,328	Valid
P4(X3)	0.217	0,327	Valid
P5(X3)	0.217	0,388	Valid
P6(X3)	0.217	0,293	Valid
P7(X3)	0.217	0,436	Valid
P8(X3)	0.217	0,268	Valid
P9(X3)	0.217	0,478	Valid
Ketersediaan Fitur (X4)			
P1(X4)	0.217	0,527	Valid
P2(X4)	0.217	0,295	Valid
P3(X4)	0.217	0,508	Valid
P4(X4)	0.217	0,335	Valid

Tabel 4.19-Lanjutan

Variabel	r tabel n = 86	Pearson Corelation n=86	keterangan
P5(X4)	0.217	0,635	Valid
Kecepatan (X5)			
P1(X5)	0.217	0,390	Valid
P2(X5)	0.217	0,432	Valid
P3(X5)	0.217	0,630	Valid
Tarif dan Biaya (X6)			
P1(X6)	0.217	0,324	Valid
P2(X6)	0.217	0,437	Valid
P3(X6)	0.217	0,489	Valid
Minat (Y)			
P1(Y)	0.217	0,559	Valid
P2(Y)	0.217	0,595	Valid
P3(Y)	0.217	0,460	Valid
P4(Y)	0.217	0,511	Valid
P5(Y)	0.217	0,290	Valid

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21,(2018)

Berdasarkan tabel 4.20 pada uji validitas diatas dapat kita ketahui bahwa setiap pernyataan yang ada dalam instrumen dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat pada tabel r tabel nomor 79 yaitu(0,218), sedangkan r hitung lebih besar dari 0,218.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk melihat derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 21. dapat dilihat pada tabel 4.21

Tabel 4.21
Hasil Uji Reliabilitas 86 Responden

Variabel	Jumlah Item	<i>Crobach Alpha</i>	Keterangan
Kenyamanan (X1)	5	0,678	Realibel
Kemudahan Pengguna (X2)	8	0,675	Realibel
Kepercayaan(X3)	9	0,658	Realibel
Ketersediaan Fitur (X4)	5	0,690	Realibel
Kecepatan (X5)	3	0,615	Realibel
Tarif dan Biaya (X6)	3	0,782	Realibel
Minat (Y)	6	0,697	Realibel

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

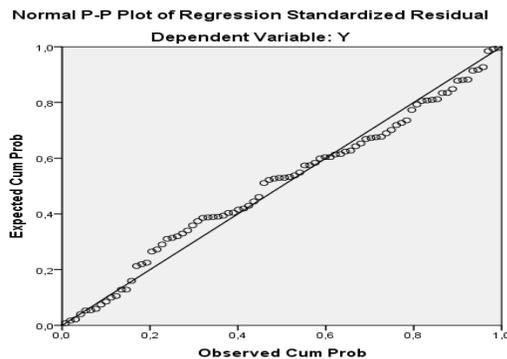
Berdasarkan tabel 4.21 diatas dapat disimpulkan bahwa, setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *crobach Alpha* $>0,60$, sedangkan jika nilai *crobach Alpha* $>0,60$ maka item dinyatakan tidak reliabel (Sarjono dan Julianita, 2011 : 45). Dapat dilihat variabel bahwa item Variabel X dan Variabel Y dinyatakan reliabel dengan *crobach Alpha* sebesar 0,678, 0,653,

0,658, 0,690, 0,615, 0,782, dan 0,697. Ketujuh nilai *crobach Alpha* > 0,60.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk tahap awal dalam pemilihan analisis data. Uji analisis ini bertujuan mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dideteksi dengan melihat grafik normal *propability plot* dan grafik histogram (Erlina, 2008 :102). Uji Normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS versi 21. Menghasilkan grafik seperti terlihat pada gambar 4.11 berikut:

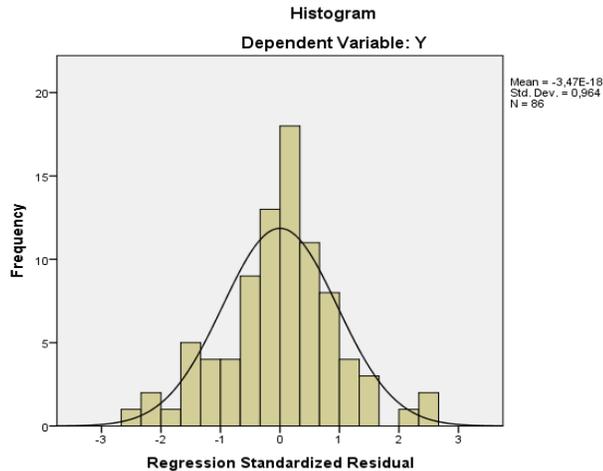


Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Gambar 4.11
Gambar Normal Probability Plot

Berdasarkan Gambar diatas, hasil normalitas dengan menggunakan uji *p-p plot Regression StandarizedResidual* menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal/menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti model

regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi. Metode lain yang digunakan dalam uji normalitas Seperti terlihat pada gambar 4.12 berikut:



Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Gambar 4.12
Histogram Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.12 Histogram regression residual pola histogram tampak mengikuti kurva normal, meskipun ada beberapa data yang tampak keluar dari garis normal, namun secara umum didistribusi normal. Metode lain yang digunakan dalam uji normalitas adalah dengan melihat pengujian data secara analisis statistik dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Sminov. Secara multivariat pengujian normalitas data dilakukan terhadap nilai residualnya. Data yang berdistribusi normal ditunjukkan

dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 atau 5% dan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2012).

Tabel 4.21
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,59632587
	Absolute	,071
Most Extreme Differences	Positive	,050
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,663
Asymp. Sig. (2-tailed)		,772
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.22 hasil data uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,772 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji berdistribusi normalitas.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikolinearitas atau tidak. Cara mendeteksi bahwa Variabel tersebut terjadi Multikolinearitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai *Tolerance* > 0,1 dan

nilai VIF dibawah 10 atau < 10 menunjukkan bahwa tidak adanya multikolinearitas pada variabel independenya, sedangkan jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 maka akan menunjukkan adanya multikolinearitas (Sarjono dan Julianita, 2011 :70). Adapun hasil dari pengujian data tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kenyamanan	0,529	1,891
Kemudahan Pengguna	0,570	1,755
Kepercayaan	0,655	1,526
Ketersediaan Fitur	0,718	1,392
Kecepatan	0,633	1,580
Tarif dan Biaya	0,74	1,336

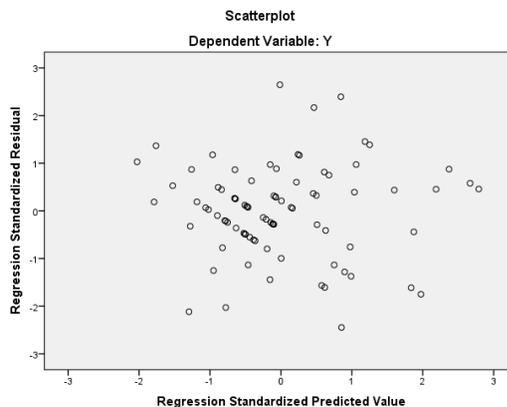
Sumber: Data Primet Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan multikoleniaritas, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai tolerance dari kedua variabel *independen* $> 0,10$ yaitu nilai tolerance dari Kenyamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Ketersediaan Fitur, kecepatan dan Tarif dan Biaya adalah 0,530 , 0,574 , 0,658 , 0,715, 0,634, dan 0,748. Kemudian,

nilai VIF dari variabel *independen* <10,00 yaitu Kenyamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Ketersediaan Fitur, Kecepatan dan Tarif dan Biaya. Mempunyai nilai VIF 1,888, 1,741, 1,520, 1,399, 1,578, dan 1,337 yang menunjukkan tidak terdapatnya hubungan multikoleniaritas.

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain, jika *variance* dari residu satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk melihat apakah terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadinya heterokedastisitas (Sarjono dan Julianita, 2011 :65). Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.13 dibawah ini.



Sumber : Data Primet Out Put SPSS 21, 2018

Gambar 4.13
scatterplot

Dari Gambar 4.13 *scatterplot* tersebut, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertikal atau sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4.6 Metode Analisis Data

4.6.1 Uji Regresi Berganda

Tabel 4.23
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,595	2,740		,217	,217
	Kenyamanan	,082	,105	,084	,780	,780
	Kemudahan Pengguna	,191	,088	,226	2,180	,032
	Kepercayaan	165	,072	,220	2,273	,026
	Ketersediaan Fitur	,225	,102	,205	2,221	,029
	Kecepatan	-,204	,141	-,142	-1,446	,153
	Tarif dan Biaya	,658	,154	,386	4,263	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan
Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan Tabel 4.24 hasil analisis regresi berganda di atas dapat diketahui koefisien untuk variabel kenyamanan (X1) sebesar 0,082, Kemudahan Pengguna (X2) sebesar 0,191, Kepercayaan (X3) sebesar 0,165 Ketersediaan Fitur (X4) 0,225, kecepatan (X5) -0,204, dan Tarif dan Biaya (X6) 0,658 dengan

konstanta sebesar 0,595, sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,595 + 0,082X_1 + 0,191 X_2 + 0,165X_3 + 0,225X_4 - 0,205X_5 + 0,658X_6$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linier di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 0,595 Hal ini menunjukkan bahwa Kenyamanan (X1), Kemudahan Pengguna (X2), Kepercayaan (X3), Ketersediaan Fitur (X4), Kecepatan (X5), dan Tarif dan Biaya (X6) diasumsikan dalam keadaan tetap maka (Y) sebesar 0,595
- b. Nilai koefisien regresi Kenyamanan (X1) sebesar 0,082 yang berarti jika reputasi mengalami kenaikan setiap satu satuan akan menyebabkan minat meningkat sebesar 0,82 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- c. Nilai koefisien regresi Kemudahan Pengguna (X2) sebesar 0,191 yang berarti jika promosi mengalami kenaikan setiap satu satuan akan menyebabkan minat meningkat sebesar 0,191 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- d. Nilai koefisien regresi Kepercayaan (X3) sebesar 0,165 yang berarti jika promosi mengalami kenaikan setiap satu satuan akan menyebabkan minat meningkat sebesar 0,165 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- e. Nilai koefisien regresi Ketersediaan Fitur (X4) sebesar 0,225 yang berarti jika promosi mengalami kenaikan setiap satu

satuan akan menyebabkan minat meningkat sebesar 0,225 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

- f. Nilai koefisien regresi Kecepatan (X5) sebesar -0,204 yang berarti jika promosi mengalami kenaikan setiap satu satuan akan menyebabkan minat meningkat sebesar -0,204 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- g. Nilai koefisien regresi Tarif dan Biaya (X6) sebesar 0,658 yang berarti jika promosi mengalami kenaikan setiap satu satuan akan menyebabkan minat meningkat sebesar 0,658 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

4.6.2 Pengujian Hipotesis

4.6.2.1 Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 21 maka hasil perhitungan Uji t dapat dilihat pada Tabel 4.24

Tabel 4.24
Hasil Uji t Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,595	2,740		,217	,217
	Kenyamanan	,082	,105	,084	,780	,780
	Kemudahan Pengguna	,191	,088	,226	2,180	,032
	Kepercayaan	165	,072	,220	2,273	,026
	Ketersediaan Fitur	,225	,102	,205	2,221	,029
	Kecepatan	-,204	,141	-,142	-1,446	,153
	Tarif dan Biaya	,658	,154	,386	4,263	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan
Sumber : Data Primer Out Put SPSS 21, 2018

Berdasarkan tabel hasil output uji t di atas dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-Banking* syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung koefisien kenyamanan adalah 0,780. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 86-6-1 = 79$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990. Oleh karena itu t hitung

$< t$ tabel ($0,780 < 1,990$), dan nilai signifikan lebih besar dari $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara kenyamanan terhadap menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah.

2. Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Fasilitas *e-Banking* syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung kemudahan pengguna adalah $0,457$. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 86-6-1 = 79$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar $1,990$. Oleh karena itu t hitung $< t$ tabel ($2,180 > 1,990$). dan dengan nilai signifikan lebih besar dari $0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan Pengguna dengan Minat menggunakan Fasilitas *e-Banking* syariah.

3. Pengujian Hipotesis 3

Hipotesis ketigadalam penelitian ini adalah kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas *e-Banking* Syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung kepercayaan adalah $2,273$. Sedangkan t tabel bisa dihitung

dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 86-6-1 = 79$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990 . Oleh karena itu t hitung $< t$ tabel ($2,273 > 1,990$) dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan dengan Minat menggunakan Fasilitas *e-Banking syariah*.

4. Pengujian Hipotesis 4

Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas *e-Banking syariah*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung ketersediaan fitur adalah 2,122. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 86-6-1 = 79$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990 . Oleh karena itu t hitung $< t$ tabel ($2,221 < 1,990$) dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara ketersediaan Fitur dengan Minat menggunakan Fasilitas *e-Banking syariah*.

5. Pengujian Hipotesis 5

Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah kecepatan an tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung kecepatan adalah 0,290. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 86-6-1 = 79$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990 . Oleh karena itu t hitung $< t$ tabel ($-1,446 < 1,990$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa H_5 ditolak dan H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara kecepatan dengan Minat menggunakan Fasilitas *e-Banking* Syariah.

6. Pengujian Hipotesis 6

Hipotesis keenam dalam penelitian ini adalah Tarif dan Biaya berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Fasilitas *e-Banking* syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa t hitung Tarif dan Biaya adalah 4,263. Sedangkan t tabel bisa dihitung dengan menggunakan $\alpha = 0,05$ karena digunakan pengujian dua arah maka nilai α dibagi dua, sehingga nilai $\alpha = 0,025$. Sedangkan $dk = n-k-1$ di mana $dk = 86-6-1 = 79$ sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,990 . Oleh karena itu t hitung $> t$ tabel ($4,263 > 1,990$) dan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 Maka dapat

disimpulkan bahwa H_6 diterima dan H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara Tarif dan Biaya dengan Minat menggunakan Fasilitas *e-Banking* syariah.

4.6.2.2 Uji Simultan (F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012). Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 21 maka hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	231,224	6	38,537	14,056	,000 ^b
	Residual	216,602	79	2,742		
	Total	447,826	85			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Tarif dan Biaya(X6), Kenyamanan(X1), Ketersediaan Fitur(X4), Kepercayaan(X3), Kecepatan(X5), Kemudahan Pengguna(X2)

Sumber : Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21,

Berdasarkan tabel 4.26 di atas hasil output uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 14,056 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 5% dan $df_1=6$ $df_2=80$ didapat F tabel sebesar 2,22. Karena nilai

F hitung ($14,056 > F$ tabel 2,22) maka dapat disimpulkan bahwa keenam variabel independen yaitu kenyamanan, kemudahan pengguna, kepercayaan, ketersediaan fitur, kecepatan dan tarif dan biaya pengaruh secara simultan terhadap minat.

4.6.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas (Kenyamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Ketersediaan Fitur, Kecepatan, dan Tarif dan Biaya) terhadap variabel terikat (Minat). Nilai koefisien determasi (R^2) ditentukan dengan nilai *R square*.

Tabel 4.27
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,516	,480	1,656

a. Predictors: (Constant), Tarif dan Biaya(X6), Kenyamanan(X1), Ketersediaan Fitur(X4), Kepercayaan(X3), Kecepatan(X5), Kemudahan Pengguna(X2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber : Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 21, 2018

Berdasarkan tabel 4.27 di atas diketahui bahwasernya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,719. Dari output tersebut dapat diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,516 atau 51,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat menggunakan yang

dapat dijelaskan oleh variabel Kenyamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Ketersediaan Fitur, Kecepatan dan Tarif dan Biaya. Sedangkan sisanya sebesar 0,484 atau 48,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

4.7 Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Pengguna *E-Banking* Syariah Terhadap Dosen UIN Ar-Ranry Banda Aceh

a. Pengaruh Kenyamanan (X1), terhadap menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Kenyamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0,780 < 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,780 > 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kenyamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dosen untuk menggunakan Fasilitas *e-Banking* syariah, artinya H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Yang menyatakan bahwa tidak terbukti kebenarannya, karena semakin tinggi kenyamanan belum tentu semakin tinggi pengguna *e-Banking* syariah. Pengaruh tidak signifikan terhadap pengguna *e-Banking* syariah disebabkan karena sebagian respon mempersepsikan bahwa bahwa bank telah memberikan kenyamanan dalam menggunakan *e-Banking*

syariah. Pengaruh tidak signifikan pada variabel kenyamanan disebabkan karena banyaknya nasabah *e-Banking* yang menganggap bahwa menggunakan *e-Banking* itu tidak aman, nasabah takut pada transaksi yang gagal, dan banyak kejahatan, namun sebagian responden menganggap bahwa keamanan adalah satu faktor pertimbangan oleh nasabah untuk menggunakan *e-Banking* syariah dengan kata lain apabila *e-Banking* syariah aman digunakan maka nasabah akan merasa nyaman dalam menggunakan layanan *e-Banking* syariah hal ini didukung oleh tanggapan responden terhadap pertanyaan variabel kenyamanan yang masuk kategori setuju dengan rata-rata gabungan sebesar 4,26 yang dapat dilihat di tabel 4.13. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian dari Rizka Ralaswati (2016) yang mengemukakan bahwa Kenyamanan tidak berpengaruh negatif terhadap menggunakan *e-Banking*.

b. Kemudahan Pengguna (X2) terhadap pengguna fasilitas *e-Banking* Syariah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Kemudahan Pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah, hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $2,180 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,032 > 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel

kemudahan pengguna secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat dosen untuk menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah, artinya H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan(X2) berpengaruh terhadap Minat dosen menggunakan *e-Banking* syariah. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Davis(1989:320) variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, karena semakin tinggi kemudahan *Internet Banking* menyebabkan semakin besar keinginan dan kemampuan pengguna untuk memakainya dan akhirnya bersikap positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-Banking* hal ini didukung dari penelitian Dwimastia Harlan (2014) “Pengaruh Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *e-Banking* Pada UKM Di Kota Yogyakarta”. Yang menyatakan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Banking*.

c. Kepercayaan (X3), terhadap pengguna fasilitas *e-Banking* syariah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah, hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $2,273 < 1,990$. Sedangkan nilai

probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,026 > 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat dosen untuk menggunakan fasilitas *e-Banking syariah*, artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. Kepercayaan Menurut Lee (2009) Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen. Hal tersebut dengan bukti penelitian yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat dosen menggunakan *e-Banking syariah*. Hal ini didukung dari penelitian Dwimastia Harlan (2014) “Pengaruh Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *e-Banking* Pada UKM Di Kota Yogyakarta.” yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-Banking*.

d. Ketersediaan Fitur (X4) terhadap pengguna fasilitas *e-Banking syariah*

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan dosen menggunakan *e-Banking syariah*. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,221 > 1,990$. Sedangkan nilai

probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,029 < 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Ketersediaan Fitur secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat dosen untuk menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah artinya H_4 diterima dan H_0 ditolak. Menurut Ainscough dan Lockett (2011) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktif nasabah dalam kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah dengan menggunakan *Internet Banking*. Hal ini didukung oleh penelitian dari Dede Dzurotun Nisa dkk yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan layanan internet *Banking* Mandiri”. yang menyatakan bahwa ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan positif terhadap menggunakan *e-Banking*.

e. Kecepatan (X5) terhadap pengguna fasilitas *e-Banking* syariah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Kecepatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen menggunakan fasilitas *e-Banking* syariah, keputusan Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $-1,446 < 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu $0,153 > 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kecepatan secara parsial tidak berpengaruh

signifikan terhadap minat dosen menggunakan *e-Banking* syariah, artinya H_a ditolak dan H_0 diterima.

Menurut Shergill dan Li (2005) menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan *speed of response* dengan serius ketika berkomunikasi dengan penyedia layanan *internet Banking* namun tidak semua kecepatan mempengaruhi dosen untuk menggunakan *e-Banking* syariah mungkin karena banyak keluhan yang terjadi seperti kejahatan dalam pengguna *e-Banking* yang banyak terjadi dan mungkin bank terlalu lambat dalam merespon keluhan nasabahnya. Namun ada juga tanggapan responden yang menyetujuinya terhadap variabel kecepatan yang masuk dalam kategori setuju dengan rata-rata gabungannya 3,99 yang ada pada tabel 4.11. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Dede Dzurotun Nisa yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan layanan *Internet Banking Mandiri*”. yang menyatakan bahwa kecepatan berpengaruh signifikan positif terhadap menggunakan *e-Banking* syariah. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan karena penelitian terdahulu dilakukan di daerah yang berbeda dan dengan karakteristik responden yang berbeda pula. Pada peneliti terdahulu dilakukan di kota Bandung dan penelitian sekarang dilakukan di Aceh. Perbedaan karakteristik juga merupakan faktor terjadinya perbedaan hasil penelitian, salah satunya yaitu perbedaan rat-

rata usia responden yang berbeda dan dianggap salah satu faktor dalam menjawab pertanyaan dari segi pola pikirnya.

f. Tarif dan Biaya (X6) terhadap pengguna Fasilitas *e-Banking* syariah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Tarif dan Biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan dosen menggunakan *e-Banking* syariah. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, di mana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,263 > 1,990$. Sedangkan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Tarif dan Biaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat Dosen menggunakan *e-Banking* syariah, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Terbukti dengan teori Chang (2002) menunjukkan bahwa *Internet Banking* memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. Sesuai dengan penelitian dari Dede Dzurotun nisa, dkk yang berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan layanan internet *Banking* Mandiri”. yang menyatakan bahwa tarif dan biaya berpengaruh signifikan dan positif terhadap menggunakan *e-Banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa dari keenam variabel, variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan, ketersediaan fitur dan tarif dan biaya berpengaruh positif sedangkan variabel kenyamanan dan variabel kecepatan berpengaruh negatif terhadap minat dosen UIN Ar-Raniry menggunakan *e-Banking* syariah. Pada Uji F uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 14,056 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan tingkat signifikansi 5% didapat F tabel sebesar 2,22. Karena nilai F hitung ($14,056 > F \text{ tabel } 2,21$) maka dapat disimpulkan bahwa keenam variabel independen yaitu kenyamanan, kemudahan pengguna, kepercayaan, ketersediaan fitur, kecepatan dan tarif dan biaya pengaruh secara simultan terhadap minat. Dan pada Uji R diketahui nilai output koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,516 atau 51,6%, hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat dapat dijelaskan oleh variabel Kenyamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Ketersediaan Fitur, Kecepatan dan Tarif dan Biaya, sedangkan sisanya sebesar 0,484 atau

48,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

2. Variabel tarif dan biaya memiliki pengaruh yang dominan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-Banking* syariah. Hal ini ditunjukkan oleh hasil persamaan regresi dimana nilai koefisien variabel tarif dan Biaya lebih besar dibanding dengan variabel lainnya dan memiliki nilai signifikan paling kecil.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih ditemukan banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari peneliti sendiri. Agar memperoleh hasil yang lebih bagus dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. *e-Banking* syariah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *e-Banking* syariah secara umum yang dimiliki bank-bank, bukan dikhususkan pada *e-Banking* syariah salah satu bank saja. Namun diharapkan kepada peneliti lain untuk fokus ke masalah *e-Banking* syariah di satu Bank.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat memperluas cakupan objek dan subjek, serta menambah variabel lainnya untuk memperkuat penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini sampel penelitian sebanyak 83 dosen UIN Ar-Raniry. Tetapi peneliti hanya menyebar 125 eksemplar kuesioner

dan yang memenuhi syarat sebanyak 86 eksemplar kuesioner. Jadi diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah sampel dan lebih banyak dalam menyebarkan kuesionernya.

3. Kepada Prodi Perbankan Syariah untuk memberikan pengetahuan tentang fasilitas apa saja yang ada di Bank, bukan hanya tentang pembiayaan atau tabungan saja namun juga ada fasilitas perbankan (*e-Banking*) yang memudahkan kita dalam urusan bertransaksi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Machmud dan H. Rukmana, S. (2010). *Bank Syariah, Teori, Kebijakan, dan Ketentuan Empiris Di Indonesia*. JAKARTA: Erlangga.
- Amijaya, G. R. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi. Semarang : FE UNDIP
- Andri Daisy Rahmad, E. S. (2017). *Pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan dan pengguna SMS Banking (studi pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Angela, S. M. (2014). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*. Skripsi. Makasar : FEB Universitas Hasanudin
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Aryani, Witasari. Dan Setiono, Aris. (2015). *Perlindungan Hukum Pengguna Jasa Electronic Banking (E-Banking) Di Tinjau Dari Perspektif Hukum Pidana Di Indonesia*. . Jurnal Pembaharuan Hukum vol 2 No1 2015.
- Aziroh, N. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalah Indonesia*. Kantor Cabang Pembantu Kudus. Equilibrium.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.

- Bustaman, V. d. (2017). *Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah Di Wilayah Banda Aceh*. JIMEKA.
- Dede Dzurotun Nisa, T. S. (2013). *Analisis Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri*. Jurnal Manajemen.
- Drs. Ismail, M. A. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group..
- Drs. Noegroho Boedijoewono .(2007) *Pengantar Statistikan* jilid 1 Edisi kelima. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan.
- Dewantara, A. R. (2017). “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online*”(Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “Z”). Jurnal Administrasi Bisnis.
- Faisal. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).Jurnal Ilmiah.
- Fitri, Madona. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*.Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
- Fatmah,Paparang (2016) *Kegiatan Bank dalam Penghimpunan Dana Masyarakat* .Jurnal Ilmu Hukum, 13
- Ghozali, 1 (2012). *Apilkasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas diponegoro
- Hafid, Nur Yudha. (2015). *Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada*

*Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking
Di Kota Surakarta*). Diponegoro journal accounting.

Haryadi Sarjono dan Winda Julianita (2011) *SPSS VS LISREL*.
Jakarta : Salemba Empat

<https://kominfo.go.id/content/detail/> DI Akses Pada Tanggal 18
Januari 2018

Harlan, D. (2014). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan,
Kepercayaan dan Risiko Persepsi Terhadap Minat
Bertransaksi menggunakan E-Banking Pada UMKM Di
Kota Yogyakarta*. Skripsi. (Yogyakarta : FE UNY) 25.

Idris, R. d. (2016). *Analisis Mutu Layanan Elektronik Develery Chancel
Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kepuasan
Nasabah)*. Jurnal Nisbah , 161.

Isgiyarta, H. N. (2015). *Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank
Terhadap Internet Banking Adoption (Studi pada Nasabah
Perbankanyang Menggunakan Internet Banking di Kota
Surakarta)*. Diponegoro Journal Of Accounting , 3.

Juliasari, F. S. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Minat Nasabah Bank Dalam Penggunaan Fasilitas E-
Banking yang Tertera Pada Peraturan Bank Indonesia
Nomor: 11/11/Pbi/2009*. Isbn ,

Keller, Philip. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* jilid 1 edisi 13.
Jakarta : Erlangga.

Kirom, Bahrul. (2009). *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan
Konsumen*. Jakarta : Pustaka Reka Cipta.

- Koramilah, M. (2015). *Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Bintaro-Kebayoran Arcaden*. FDK.
- Kusumastuti, G. (2009). *Pengukuran Kepuasan Nasabah Pengguna SMS Banking Bank BRI Jakarta Pusat Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)*. Jurnal Pro Bisnis.
- Liliana, Dewiyani. (2017) *Studi Karakteristik Konsumen pada Pelayanan E-Banking PT. BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk, Yogyakarta*. Tesis Program Magister Manajemen : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Marina, D. (2015). *BAB III Metode Penelitian*. UNPAS.
- Munawir, S. R. (2017). *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA cabang Banda Aceh*. Jurnal Teknologi dan Manajemen Teknologi.
- Noviarni, E. (2014). *Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Perbankan Di Pekanbaru (Technology Acceptance Model)*. Ural Al-Iqtishad, Edisi : 10 Vol. I Tahun 2014.
- Noviarni, E. (2014). *Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Perbankan Di Pekanbaru (Technology Acceptance Model)*.Ural Al-Iqtishad, Edisi : 10 Vol. I Tahun 2014.
- Pamudi, A. d. (2014). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan,dan Ketersediaan Fiturterhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam MenggunakanInternet Banking (Studi Pada Program Internet Banking BRI)*. Jurnal studi manajemen , 4.
- Praswisda, Ramah, N. (2013) *Analisis Pengaruh Shared Value, Komunikasi, dan Opportunististic Behavior Control terhadap Kepercayaan (Trust) Pengguna Internet Banking*.

(Studi Pada Nasabah Internet Banking Bank BNI Cabang Undip Pleburan Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Ponegoro.

- Pinontoan, Wulan. (2013). *Pengaruh E-Banking, Kualita Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*. ISSN, 196.
- Rahma, S. (2013). *Statistik Deskriptif Penyajian Data, Ukuran Pemusatan Data ,Ukuran Penyebaran Data*. Modul Ajar Statistik Bisnis , 19.
- Ritonga, D. P. (2012). *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol 1.
- Riswandi, Budi Agus. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking* . Jakarta : PTRajaGrafindo Persada.
- Rizka, Laraswati. (2016). *Pengaruh Persepsi Resiko, Kenyamanan, Biaya, dan Kepercayaan serta Keunggulan Relatif Terhadap Pengguna Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri di Surabaya*. Skripsi Sekolah tinggi Ekonomi Perbanas Surabaya. 44.
- Sa'diyah, M. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesiabanking Di Bank Muamalat Indonesiakantor Cabang Pembantu Kudus*. Equilibrium , 119.
- Samsubar, Saleh. (2004). *Statistik Deskriptif* edisi Refisi. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan.

- Saraswati, D. D. (2012). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Nasabah Bank Niaga Cabang Antapani Bandung*. Fakultas Bisnis Dan Manajemen 1.
- Silvia, M. A. (2014). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makasar*. Skripsi. Makasar : FEB Universitas Hasanudin.
- Setiono, dkk (2015) *Perlindungan Hukum Pengguna Jasa Electronoc Banking (E-Banking) ditinjau dari perseptif Hukum*. Jurnal Pembaharuan Hukum.127
- Setyo, Ferry Wibowo. (2015) *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanand dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunkan E-Banking* .Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia.
- Sudarmanto, Gunawan “*Analisi Regresi Linear Ganda dengan SPSS*” (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005)
- Sugiyono. 2013. *Metode Peneltian Kuantitaif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Umar, H., (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Puspita, I. (2013, mai). *Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Di Dunia Bisnis Dan Perbankan*. Dipetik maret selasa, 06 maret 2018, dari blog pasca: <http://blog.pasca.gunadarma.ac.id>.
- Winarsih, R. d. (2006). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Wiroso, S.E.,M.B.A (2005) *Penghimpunan dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*. Jakarta : PT Grasindo.
- Yelli, Trisusanti. (2017) *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)* Jurnal JOM FISIP VOL 4.
- Yulisa, Naili Rahma.(2018) *Pengaruh Pengguna Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*. Skripsi Yogyakarta : FE Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zulkifli, S. (2007). *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta : Zikrul Hakim.

Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DARUSSALAM BANDA ACEH

Responden Yth,

Saya Nurasyifa Tunnisa (140603083), mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian sebagai syarat kelulusan S1 pada prodi perbankan syariah UIN Ar-Raniry, tentang **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Dosen UIN Ar-Raniry Menggunakan Fasilitas e-Banking Syariah.”**

Skripsi ini di bimbing oleh :

1. Dr.Muhammad Yasir Yusuf, MA

2. Rahmat Arfan

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk dapat mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaanya. Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara(i) saya ucapkan terimakasih.

Bagian I

Pertanyaan pada bagian I merupakan pertanyaan yang berhubungan dengan data atau identitas responden. Berikan tanda centang (√) pada pilihan yang sesuai dengan jawaban anda.

Nama: _____

1. Jenis Kelamin:

Laki-laki Perempuan

2. Usia:

23- 27 tahun 41-55 tahun
 28-40 tahun > 55

3. Pendidikan Terakhir:

S1 S3
 S2

4. Status

Kawin Belum Kawin
 Lainnya _____

5. Pendapatan Perbulan:

< Rp. 500.000 Rp.3.000.000-5.000.000
 Rp. 500.000- 1.500.000 > Rp. 5.000.000
 Rp. 1.500.000-3.000.000

6. Fasilitas E-Banking apa saja yang di gunakan

Internet Banking SMS Banking
 Mobile Banking ATM

7. Dari E-Banking yang di pilih, mana yang sering digunakan

Bagian II

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Responden cukup memberikan tanda (\checkmark) pada pilihan yang tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pertanyaan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Keterangan:

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- KS : Kurang Setuju
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Penggunaan *e-Banking* yang dibicarakan dalam kuesioner ini adalah produk *e-Banking (I-Banking, M-Banking, Sms Banking, dan ATM)* yang pernah dosen gunakan.

Variabel X						
No	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
A. Kenyamanan (X1)						
1	<i>e-Banking</i> Syariah bisa digunakan kapan saja					
2	<i>e- Banking</i> Syariah bisa digunakan dimana saja					
3	Menghemat waktu					
4	Tidak perlu mengantri untuk menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah					
5	<i>User friendly</i>					
B. Kemudahan Pengguna (X2)						

Variabel X						
No	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Tampilan <i>e-Banking</i> Syariah mudah untuk di baca.					
2	Pengoperasian <i>e-Banking</i> Syariah mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha					
3	<i>e-Banking</i> Syariah fleksibel untuk bertransaksi					
4	<i>e-Banking</i> Syariah mudah digunakan, dan hasilnya cepat diketahui					
5	Pengoperasian <i>e-Banking</i> Syariah mudah dipahami dan tidak rumit					
6	Pengoperasian <i>E-Banking</i> Syariah t simpel					
7	Fitur dalam <i>e-Banking</i> Syariah mudah dijalankan					
8	<i>e-Banking</i> Syariah mudah dipelajari dan simpel.					
C. Kepercayaan (X3)						
1	Transaksi menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah dapat					

Variabel X						
No	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
	dipercaya walaupun tidak bertemu langsung dengan pegawai bank.					
2	Fitur-fitur yang ditawarkan pihak Bank tentang <i>e-Banking</i> Syariah adalah Jujur					
3	Fitur-fitur dalam <i>e-Banking</i> Syariah dapat dipercaya untuk bertransaksi					
4	<i>e-Banking</i> Syariah yang ditawarkan pihak bank dapat dipercaya kelancarannya					
5	Bank penyedia <i>e-Banking</i> Syariah mampu menjaga keamanan dalam bertransaksi.					
6	Bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> Syariah mampu menjaga kerahasiaan data dan keamanan data					
7	Bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> Syariah memenuhi tanggung jawab kepada nasabah					
8	Bank mampu menjaga komitmen sebagai bentuk menjaga					

Variabel X						
No	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
	keamanan tentang fitur-fitur dalam <i>e-Banking</i> Syariah					
9	Menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah lebih aman dan nyaman.					
D. Ketersediaan Fitur (X4)						
1	<i>e-Banking</i> Syariah mudah di akses layanannya					
2	<i>e-Banking</i> Syariah mudah mencetak laporan rekening.					
3	Layanan transfer pembayaran utilitas publik (tagihan listrik,telepon,dll) mudah dilakukuan menggunakan <i>e-Banking</i>					
4	<i>e-Banking</i> mudah dalam mengubah user ID dan password					
5	Keterangan saldo yang mudah untuk di cek menggunakan <i>e-Banking</i>					
E. Kecepatan (X5)						
1	Tidak ada antrian pada penggunaan <i>e-Banking</i> syariah.					

Variabel X						
No	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
2	<i>e-Banking</i> syariah cepat dalam merespon keluhan dari nasabah.					
3	Perbandingan dengan perbankan tradisional(saya lebih memilih menggunakan <i>e-banking</i> syariah dalam transaksi)					
F. Tarif dan Biaya (X6)						
1	Biaya transaksi <i>e-Banking</i> syariah murah					
2	Biaya tahunan (biaya tahunan pada <i>e-Banking</i> syariah terjangkau)					
3	Loyalitas terhadap <i>e-Banking</i> Syariah					

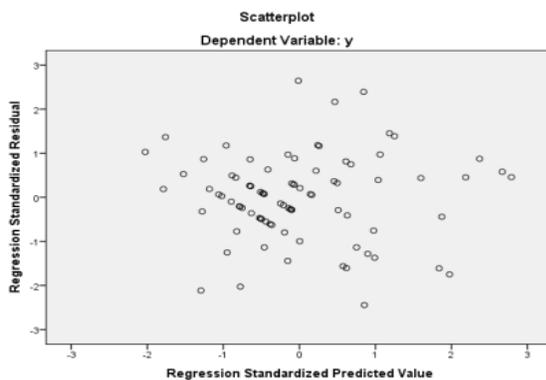
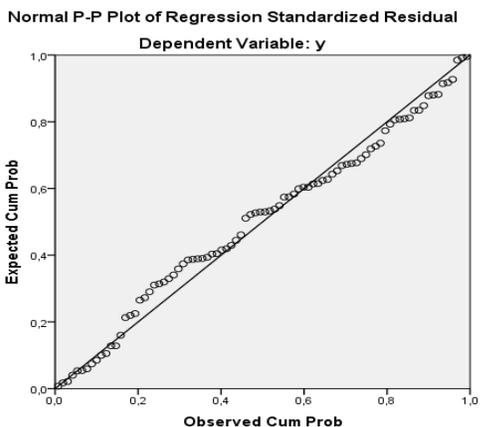
Variabel Y						
No	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Minat (Y)						
1	Saya tertarik menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah karena biaya pembuatan kartu <i>E-Banking</i> Syariah terjangkau					

2	Saya akan menggunakan <i>e-Banking</i> Syariah sebab dapat meminimalisir adanya tindak kejahatan					
3	Bank-bank penyedia layanan <i>e-Banking</i> Syariah tidak memungut biaya atas transaksi yang dilakukan di bank yang sama					
4	<i>e-Banking</i> Syariah dapat memindahkan buku antar rekening dengan cepat					
5	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan <i>e-Banking</i> Syariah pada saat bertransaksi (transfer uang, membayar tagihan listrik membeli pulsa,dll.) dri pada harus mengantri di bank					
6	<i>e-Banking</i> Syariahsesuai dengan gaya hidupdan kebutuhan perbankan nasabah					

Terimakasih atas bantuan dan waktu yang Bapak/Ibu berikan

Hormat Saya,
Nurasyifa Tunnisa

Uji Normalitas



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,516	,480	1,65584

- a. Predictors: (Constant), VAR00006, VAR00001, VAR00004, VAR00003, VAR00005, VAR00002
- b. Dependent Variable: y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	
	n	1,59632587
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,050
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,663
Asymp. Sig. (2-tailed)		,772
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	231,224	6	38,537	14,056	,000 ^b
Residual	216,602	79	2,742		
Total	447,826	85			

- a. Dependent Variable: y
- b. Predictors: (Constant), VAR00006, VAR00001, VAR00004, VAR00003, VAR00005, VAR00002

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,595	2,740		,217	,829		
VAR00001	,082	,105	,084	,780	,438	,529	1,891
VAR00002	,191	,088	,226	2,180	,032	,570	1,755
1 VAR00003	,165	,072	,220	2,273	,026	,655	1,526
VAR00004	,225	,102	,205	2,221	,029	,718	1,392
VAR00005	-,204	,141	-,142	-1,446	,152	,633	1,580
VAR00006	,658	,154	,386	4,263	,000	,748	1,336

a. Dependent Variable: y

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**DATA PRIBADI**

Nama : Nurasyifa Tunnisa
Tempat/Tanggal Lahir : Pulau Kayu, 08 Juli 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswa/140603083
Alamat : Desa Pulau Kayu, Kecamatan Susoh,
Kabupaten Aceh Barat Daya
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Nomor Hp : 081263889492
Email : nurasyifatunnisa79@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Ridwan Arifin
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Rusliana
Pekerjaan : Guru
Alamat : Desa Pulau Kayu, Kecamatan Susoh,
Kabupaten Aceh Barat Daya

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD 1 Pante Perak (2002-2008)
SMP : SMP Tunas Nusa (2008-2011)
SMA : SMA Unggul Tunas Bangsa (2011-2014)
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
(2014-2018)