

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN *E-CHANNEL*
PERBANKAN SYARIAH
(Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**PUPUT NOVITA SARI
NIM. 160603026**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/ 1442 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puput Novita Sari

NIM : 160603026

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, 21 Desember 2020
Yang Menyatakan,

Puput Novita Sari

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG 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:
**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-
Channel Perbankan Syariah**
(Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Puput Novita Sari
NIM. 160603026

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,

Pembimbing II,

 
Dr. Muhammad Zulhilmi, S.Ag., M.A Evy Iskandar, SE., M. Si, Ak, CA., CPA
NIP. 197204282005011003 NIDN. 2024026901

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


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

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Puput Novita Sari
NIM. 160603026

Dengan Judul:

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Channel Perbankan Syariah
(Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**

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

Pada Hari/Tanggal: 12, Januari 2021 M/1442 H
Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,



Sekretaris,



Dr. Muhammad Zulhildi, S.Ag., M.A Evy Iskandar SE., M. Si, Ak, CA., CPA
NIP. 197204282005011003 NIDN. 2024026901

Penguji I,



Penguji II.



Ayumiati, SE, M.Si
NIP. 197806152009122002

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



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


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 19640141962031003



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

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Puput Novita Sari

NIM : 160603026

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : puputnfts@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 KKUSkripsi

yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Channel Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. R A N I R Y

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 : -

Mengetahui,

penulis

Puput Novita Sari

Pembimbing I

Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A
NIP. 197204282005011003

Pembimbing II

Evy Iskandar, SE., M. Si, Ak, CA., CPA
NIDN. 2024026901

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita panjatkan kepada Nabi kita Muhammad SAW yang telah membawa kita dari yang tidak berilmu pengetahuan menjadi berlimpah dengan ilmu pengetahuan dan selalu kita nantikan syafa'atnya di akhirat nanti. Penulisan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Channel Perbankan Syariah”** bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Proses dalam penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Namun, berkat bimbingan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terhormat kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis, baik dukungan moril maupun sarana prasarana pembelajaran.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag., dan Ayumiati, S.E., M.Si. sebagai Ketua dan Sekertaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.
3. Ketua dan Sekertaris Laboraturium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A. dan Evy Iskandar, SE., M. Si, Ak, CA., CPA sebagai Dosen Pembimbing I dan II yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasihat dan segala ilmu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. A. Rahmad Adi, S.E., M.Si. Selaku Penasihat Akademik, yang telah mengarahkan saya dalam tahap awal penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen, Pegawai, dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan banyak ilmu selama masa perkuliahan., serta kepada Pengurus dan Pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dan Ruang Baca FEBI yang sudah menyediakan fasilitas untuk studi kepustakaan.
7. Teristimewa untuk Ayahanda Safaruddin dan Ibunda Siti Asyura serta Abang kandung saya Avisca Angga Utami yang senantiasa sabar yang selalu memberikan dukungan dan doa

kepada penulis. Serta segenap keluarga besar penulis yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman seperjuangan Yuni, Vouka, Mina, Meiza, Lidia, Tika yang telah membantu dan memberikan semangat juga dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Teman-teman se-Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2016 dan 2017 sebagai responden yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan dan kerjasama demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. *Amin ya Rabbal'alamin.*

Banda Aceh, 21 Desember 2020

Penulis,

A R - R A N I R Y

Puput Novita Sari

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	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>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
◌ُ و	<i>Fatḥah</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
◌َ ا	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā

يِ	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

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

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah (ة)hidup
 Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *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:

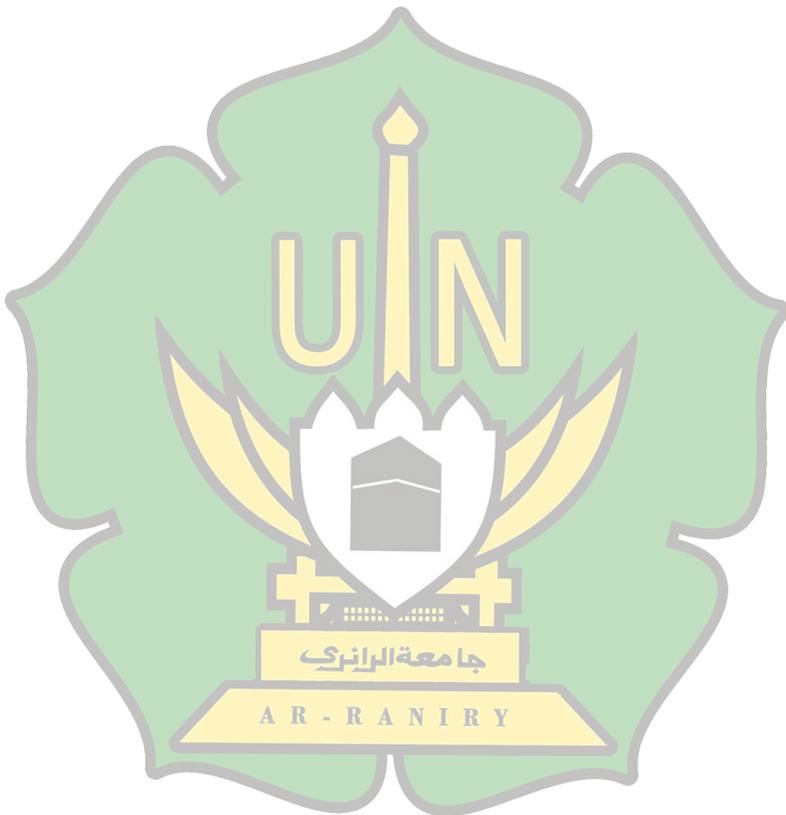
- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ :rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ :al-Madīnah al-Munawwarah/
 al-Madīnatul Munawwarah
 طَلْحَةُ :Ṭalḥah

**Catatan:
 Modifikasi**

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

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

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



ABSTRAK

Nama : Puput Novita Sari
NIM : 160603026
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Minat Penggunaan *E-Channel* Perbankan Syariah
Tgl sidang : 12 Januari 2021
Tebal : 134 halaman
Pembimbing I : Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A.
Pembimbing II: Evy Iskandar, SE., M. Si, Ak, CA., CPA

E-Channel adalah layanan perbankan yang menggunakan media elektronik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaannya. Faktor tersebut terbagi dalam faktor kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang pengambilan sampelnya dengan teknik *purposive sampling* terhadap 81 mahasiswa. Metode analisis data dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dibantu dengan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah, sedangkan faktor kebermanfaatan dan kepercayaan menunjukkan hasil sebaliknya.. Secara simultan keempat faktor tersebut berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Kata Kunci: Keamanan, Kemudahan, Kebermanfaatan, Kepercayaan, Minat Pengguna *e-channel*

DAFTAR ISI

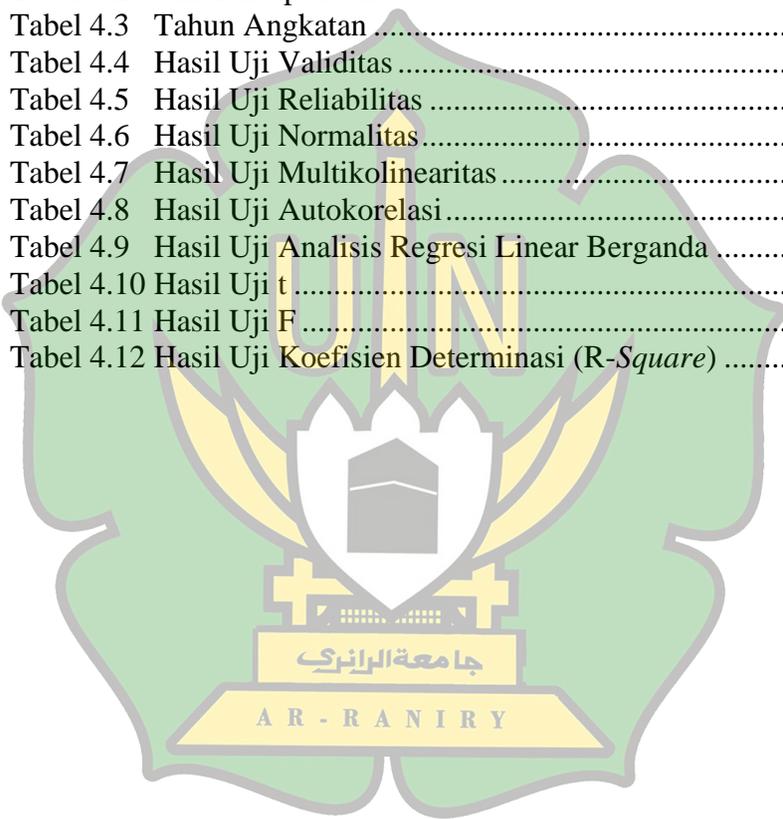
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Bank Syariah	11
2.1.1 Operasional Manajemen	11
2.1.2 Operasional Marketing.....	12
2.2 Electronic Channel (<i>E-Channel</i>)	13
2.2.1 ATM (<i>Authomated Teller Machine</i>)	14
2.2.2 Kartu Debit (<i>Debit Card</i>).....	17
2.2.3 SMS Banking	17
2.2.4 Mobile Banking	17
2.2.5 Internet Banking	18
2.2.6 CMS (<i>Cash Management System</i>)	22

2.3 Sistem Informasi Akuntansi	23
2.4 Jenis Jenis Transaksi	25
2.4.1 Tunai	25
2.4.2 Non Tunai	27
2.5 Kemudahan	28
2.6 Kebermanfaatan	29
2.7 Kepercayaan.....	31
2.8 Keamanan.....	32
2.9 Minat	34
2.9.1 <i>Theory of Reason Action (TRA)</i>	35
2.9.2 <i>Theory Planned of Behavior (TPB)</i>	36
2.9.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	36
2.10 Penelitian Terkait	37
2.11 Kerangka Berpikir.....	42
2.12 Hipotesis.....	44
BAB III METODELOGI PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Penelitian	46
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	47
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Variabel Penelitian.....	51
3.5.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	51
3.5.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	52
3.6 Skala Pengukuran Variabel	52
3.7 Uji Coba Instrumen	53
3.7.1 Uji Validitas	53
3.7.2 Uji Realibilitas	54
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.8.1 Uji Normalitas.....	55
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.8.3 Uji Multikolinearitas	56
3.8.4 Uji Autokorelasi.....	56

3.9 Metode Analisis Data.....	56
3.9.1 Statistik Deskriptif	56
3.9.2 Analisis Regresi Berganda	57
3.10 Pengujian Hipotesis.....	58
3.10.1 Uji t	58
3.10.2 Uji F	59
3.12 Koefisien Determinasi (R^2).....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Gambaran Umum UIN Ar-Raniry	60
4.1.1. Sejarah Singkat.....	60
4.1.2. Visi dan Misi	61
4.1.3. Program Studi Perbankan Syariah	61
4.2. Deskripsi Data Penelitian	62
4.2.1. Karakteristik Responden	62
4.3. Pengujian Instrumen	64
4.4. Uji Asumsi Klasik	64
4.5. Uji Regresi Linear Berganda	65
4.6. Pengujian Hipotesis	74
4.7. Uji Koefisien Determinasi	77
4.8. Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84

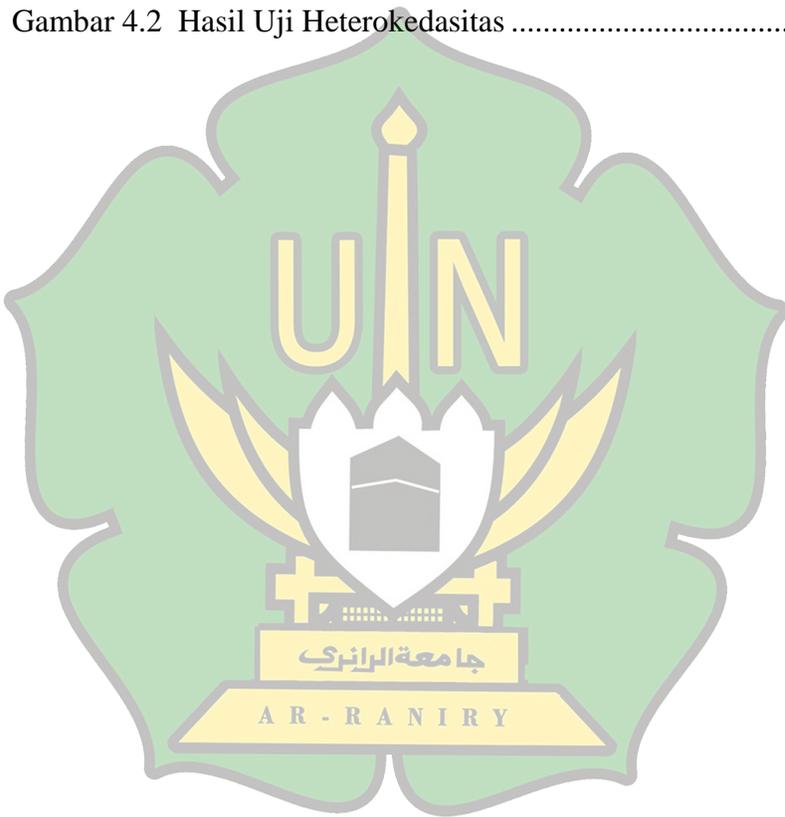
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terkait.....	40
Tabel 3.1	Jumlah Sampel	50
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	54
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2	Umur Responden.....	64
Tabel 4.3	Tahun Angkatan	64
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi.....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.10	Hasil Uji t	76
Tabel 4.11	Hasil Uji F	78
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model TRA.....	24
Gambar 2.2 Model TAM.....	26
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-Plot	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedasitas	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	913
Lampiran 2	Jawaban Responden.....	98
Lampiran 3	Karakteristik Responden	101
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	107
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	111
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	112
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	114
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis	115
Lampiran 9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	115



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di dunia pada saat ini sangat pesat. Sistem teknologi informasi sudah memenuhi kebutuhan dalam segala aspek kehidupan dan memberikan kemudahan bagi masyarakat di era mobilitas yang tinggi. Perkembangan teknologi informasi ditandai dengan kemunculan perusahaan layanan keuangan berbasis teknologi yang dikenal dengan *financial technology* (*fintech*). Artajasa (2016:3) menjelaskan bahwa semenjak awal tahun 2000, telah terjadi fenomena *financial technology* di dunia sebagai akibat dari revolusi industri fase ke-4.

Industri perbankan termasuk perbankan syariah turut melakukan inovasi produk dalam era teknologi informasi sebagai imbas dari fenomena *digital revolution*. Lembaga keuangan dan perbankan sudah menggunakan sistem teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Penggunaan sistem teknologi informasi menjadikan nasabah memiliki banyak pilihan dan pertimbangan dalam memutuskan jasa perbankan yang akan memberikan kepuasan sesuai ekspektasinya. Perbankan harus mampu memaknai arti penting kepuasan nasabah dalam bertransaksi agar dapat menciptakan loyalitas dan hubungan yang menguntungkan antara kedua belah pihak dalam jangka waktu yang lama (Putri dkk, 2014).

Salah satu bentuk inovasi yang dikembangkan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah diantaranya seperti *electronic banking (e-banking)* atau *electronic channeling (e-channel)*. Daniela dkk (2013) mendefinisikan *e-banking* sebagai pelayanan otomatis yang modern dimana penyampaian produk kepada nasabah dilakukan melalui teknologi informasi dan *channel* informasi atau dikenal dengan sebutan *electronic channe (e-channel)*. *E-channel* adalah layanan perbankan menggunakan media elektronik, baik itu *mobile*, SMS, internet, internet bisnis, dan *mobile-ATM*.

Layanan *e-channel* memiliki fitur yang menarik dan nyaman digunakan serta memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan seperti transfer antar-bank, pembayaran kartu kredit, pembayaran listrik, pembayaran telepon, pembayaran tagihan ponsel, pembayaran asuransi, pembayaran internet, pembayaran tiket penerbangan, dan *virtual account*. Semakin maraknya bisnis daring (*online shop*) serta pertumbuhan jenis dan meningkatnya jumlah penggunaan *smartphone* telah memberikan andil dalam pertumbuhan transaksi melalui *e-channel*. Dengan menggunakan layanan *e-channel*, nasabah tidak perlu datang bank untuk melakukan transaksi keuangan karena dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan komputer, laptop, HP dan lain sebagainya melalui jaringan internet.

Pada dasarnya *e-channel* sama seperti *e-banking* yaitu layanan perbankan yang menggunakan media elektronik.

Penyediaan layanan *e-channel* dapat memberikan kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan keamanan. Dengan *e-channel*, serasa ATM ada dalam genggaman. Penggunaan transaksi *e-channel* sudah di desain dengan sistem keamanan berlapis dan sudah terjamin keandalannya (Ahmadi dan Harmawan, 2013:104).

Menurut Jogiyanto (2007:15) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007:129). Sehingga, kemudahan dalam penggunaan dianggap sebagai faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-channel*. Kemudahan penggunaan yang dimaksud dalam konteks ini bukan saja hanya mengenai kemudahan yang didapat saat mempelajari dan mengoperasikan suatu teknologi, tetapi juga mengacu pada kemudahan serta manfaat yang didapat saat menggunakan teknologi dibandingkan dengan tidak menggunakan teknologi.

Kebermanfaatan juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi minat penggunaan *e-channel*. Davis (1989) menyatakan, bahwa pengertian dari manfaat itu merupakan kemampuan dari teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya.

Penilaian positif terhadap faktor kebermanfaatan dianggap akan mempengaruhi minat penggunaan *e-channel*.

Kepercayaan pada sebuah teknologi oleh penggunanya dianggap penting untuk mempengaruhi minat penggunaan *e-channel*. Kepercayaan menurut Lewicky dan Wiethoff (2000) didefinisikan sebagai keyakinan individu dan kemauan untuk bertindak atas dasar kata-kata, tindakan, dan keputusan orang lain. Hal-hal yang dapat menyebabkan seseorang mempercayai orang lain yaitu berkembangnya sistem kepercayaan melalui pengalaman hidup seseorang, aturan atau norma yang ada pada lembaga atau masyarakat dan adanya pengalaman saat menjalin hubungan. Sehingga penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan *e-channel*.

Menurut Afghani dan Yulianti (2016) keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Faktor keamanan dari sebuah teknologi juga merupakan suatu hal yang mempengaruhi minat penggunaan *e-channel*. Tingkat keamanan sebuah teknologi menjadi penting dikarenakan telah menyimpan data dari pengguna *e-channel*. Sehingga dengan jaminan keamanan yang diberikan, diharapkan akan memunculkan rasa aman serta kepercayaan pada pengguna teknologi dan mempengaruhi minat jumlah penggunaan *e-channel*.

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) minat merupakan komponen yang ada dalam diri seorang individu yang mengacu

pada keinginan untuk melakukan suatu tingkah laku atau perilaku tertentu. Menurut Hartono (2007) minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Ketika suatu sistem baru diterapkan, respon positif penggunaan (*user*) dapat dijadikan indikator keberhasilan dari sistem tersebut. Sehingga, jika seorang individu menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, keamanan yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat untuk menggunakannya lagi.

Permasalahan minat pengguna *e-channel* pada mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry yang di pengaruhi oleh faktor kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan juga terlihat dari hasil observasi dan survei yang penulis lakukan terhadap 20 orang mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry. Dari hasil survei menjelaskan terdapat 18 orang sudah menggunakan layanan *e-channel* dan 2 orang lagi tidak pernah menggunakannya. Dari 18 orang yang menggunakan layanan *e-channel* ini 13 diantaranya masih sering menggunakannya, sedangkan 5 orang lagi jarang menggunakan layanan *e-channel* tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-channel* dalam penelitian ini terkait dengan beberapa peneliti sebelumnya, yaitu Alwafi dan Magnadi (2016) dimana dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan

Tokopedia.com. Saripah dkk (2016) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kebermanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-filling*. Ratna Purnami (2016) hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah menggunakan *e-banking* sedangkan keamanan menunjukkan hasil sebaliknya. Wibowo dkk (2015) yang menyebutkan bahwa kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Kinasih dan Albari (2012) hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen online.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang berbeda-beda terhadap minat dalam penggunaan layanan *e-channel* ini, sehingga penulis ingin meneliti kembali mengenai pengaruh kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* dengan mengusung judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Channel Perbankan Syariah** (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka di identifikasikan rumusan masalah terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?
2. Apakah kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?
5. Apakah kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?

1.3 Tujuan penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry
2. Untuk mengetahui pengaruh kebermanfaatan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah oleh Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Dengan adanya penelitian ini maka akan dapat menambah pengetahuan peneliti tentang pengaplikasian layanan *e-channel* perbankan syariah dari kalangan mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry secara riil
 - b. Dapat dijadikan sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu perbankan yang telah di peroleh selama perkuliahan serta menambah pengalaman dalam penelitian.
2. Bagi Akademisi
 - a. Hasil penelitian ini dapat menambah literatur yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa/i UIN Ar-Raniry

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan meneliti permasalahan serupa.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai *electronic channel (e-channel)* bagi para pembaca dan juga bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *e-channel*.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran dalam penyusunan proposal ini, maka penulis menggunakan sistematika pembahasan yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dari penulisan skripsi ini yang menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup kajian dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandaskan penelitian yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada kemudian dilanjutkan dengan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan analisis data.

BAB IV: PEMBAHASAN DAN HASIL

Dalam bab ini dibahas secara lebih mendalam tentang uraian penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian dan analisis data serta pembahasan hasil dan interpretasi yang diperoleh dari penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab lima berisi penutup yang berisi simpulan dari adanya pengaruh kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau yang biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW atau dengan kata lain Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta pengedaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam (Muhammad, 2014:2).

2.1.1 Operasional Manajemen

Algaoud dan Lewis (2001) menyatakan Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga kepada nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua transaksi. Islam melarang kaum muslimin menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan islam dengan sistem perbankan konvensional. Ahmad Ibrahim (1997), dalam Arifin (2003) menyatakan bahwa bank syari'ah didirikan

dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam, syari'ah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Prinsip utama yang diikuti bank islam adalah pelarangan riba, melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan keuntungan yang sah dan memberikan zakat. Sementara bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syari'ah islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syari'ah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam. Dikatakan lebih lanjut, dalam tata cara bermuamalah itu dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatankegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

2.1.2 Operasional Marketing

Manajemen pemasaran bank syari'ah adalah usaha bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah untuk memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan/nasabah dalam masyarakat (Adrianto dan Anang, 2019). Pada bank syariah operasional marketing ini mempelajari dan mengarahkan proses perencanaan dalam penciptaan, penawaran, dan penyampaian nilai produk (ide, barang, dan jasa) dengan tingkat harga dan saluran yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan (individu atau organisasi) serta promosi yang sesuai dengan kebenaran wahyu Allah SWT (Al-Quran) dan sunah rasulullah SAW.

2.2 *Electronic Channel (E-Channel)*

Salah satu bentuk inovasi yang dikembangkan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah diantaranya seperti *electronic banking (e-banking)* atau *electronic channeling (e-channel)*. Berbagai ahli mendefinisikan *e-banking* sebagai pelayanan otomatis yang modern dimana penyampaian produk kepada nasabah dilakukan melalui teknologi informasi dan *channel* informasi atau dikenal dengan sebutan *electronic channel* (Daniela dkk, 2013). *E-Channel* adalah layanan perbankan menggunakan media elektronik, baik itu *mobile*, SMS, internet, internet bisnis, dan *mobile-ATM*. Dengan *e-channel*, serasa ATM ada dalam genggaman. Transaksi yang dilakukan lewat *e-channel* juga tidak perlu diragukan lagi keamanannya karena banyak bank sudah mendesain sistem keamanan berlapis yang sudah terjamin keandalannya (Ahmadi dan Harmawan, 2013:104). Pada dasarnya *e-channel* sama seperti *e-banking* yaitu layanan perbankan yang menggunakan media elektronik.

Menurut peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Layanan *e-banking* adalah Layanan Perbankan Melalui Media Elektronik atau selanjutnya disebut *Electronic Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, *phone banking*, *electronic fund*

transfer, internet banking, mobile banking. Layanan *e-banking* merupakan pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Electronic Channel terdiri atas berbagai jenis layanan, antara lain yaitu, ATM, kartu debit, SMS banking, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan *Cash Management System (CMS)*.

2.2.1 ATM (*Authomated Teller Machine*)

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah mesin *Authomated Teller Machine* (ATM). Pengertian ATM dewasa ini sudah diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia yang artinya Anjungan Tunai Mandiri. ATM adalah mesin pengganti *teller* yang dapat melanjutkan instruksi pengiriman dana (Ahmadi dan Harmawan, 2013:103).

Menurut PBI No.11/11/PBI/2009 pengertian kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dana/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu harus dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Sutan, 2014:454). Pelayanan yang diberikan ATM antara lain (Kasmir, 2016:207) :

1. Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai di berbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank

penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.

2. Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan giro (BG).
3. Dapat digunakan sebagai tempat untuk meminta rekening koran.
4. Dapat digunakan untuk melihat atau mengecek saldo rekening nasabah.

Manfaat lain yang dapat di berikan oleh ATM di samping yang di atas adalah (Kasmir, 2016:208):

1. Praktis dan mudah dalam pengoperasian mesin ATM.
2. Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
3. Menjamin keamanan dan *privacy*.
4. Memungkinkan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari.
5. Terdapat diberbagai tempat yang strategis.

2.2.2 Kartu Debit (*Debit Card*)

Menurut PBI No.11/11/PBI/2009, yang dimaksud dengan kartu debit adalah APMK yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi, termasuk transaksi pembelanjaan, dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara

langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Kartu debit (*debit card*), yang dapat digunakan sepanjang pemegang kartu memiliki rekening pada institusi penerbit kartu, memberikan hak pada pemegang kartu untuk menarik dana tunai dan untuk keperluan membayar harga barang-barang dan jasa atas beban rekening pemegang kartu hingga batas jumlah dana yang tersedia di rekeningnya itu. Kartu debit dapat digunakan sepanjang pemegang kartu tidak melampaui saldo yang tersedia di dalam rekeningnya. Tidak ada beban bunga yang timbul akibat transaksi. Untuk penarikan uang tunai dan pembayaran harga barang dan jasa tersebut, rekening nasabah didebit seketika oleh penerbit kartu. Kartu debit tidak memberikan fasilitas kredit apapun kepada pemegang kartu.

Pada umumnya, institusi penerbit kartu tidak membebankan biaya atas penggunaan kartu, kecuali bila membeli mata uang lain melalui institusi lain yang berbeda dengan institusi penerbit kartu. Institusi penerbit kartu dapat membebankan biaya atas penerbitan kartu atau dapat pula tidak membebankan biaya apapun. Beberapa institusi membebankan *fee* kepada pihak penerima pembayaran (*merchant*) sebesar persentase tertentu dari nilai transaksi (Sutan, 2014:453).

2.2.3 SMS Banking

Adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular dengan menggunakan media SMS (*short message services*). Jenis transaksi yang dapat dilakukan antara lain (BRI Syariah, 2020) :

1. Informasi saldo
2. Transfer dana
3. Pengaturan PIN/Rekening
4. Pembayaran Telkom, PLN, ZIS
5. Isi ulang Pulsa/Top Up Pulsa

2.2.4 Mobile Banking

Arti istilah *Mobile Banking* dianggap berkaitan erat dengan pengertian berikut atau disingkat dengan *M-Banking*. Fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*. Dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *M-Banking* baik berupa SIMtolkit (Menu Layanan Data) maupun *sms plain* (sms manual) atau dikenal dengan istilah *sms banking*. Untuk operator GSM sudah support untuk transaksi via *mobile banking*, namun untuk operator CDMA masih ada yang belum mendukung layanan *mobile banking*.

Operator GSM yang sudah mendukung layanan *mobile banking* yaitu Telkomsel (Kartu Halo, Simpati, AS), Indosat (Matrix, Mentari, IM3), XL (Xplore, XL Bebas, XLJempol), 3

(3Postpaid, 3Prepaid). Operator CDMA yang sedang mendukung layanan mobile banking yaitu Fren, Star-One, Flexi. Sedangkan operator terbaru Axis dan Heps, sedang dalam taraf pengembangan mengikuti layanan *mobile banking* operator lainnya (Wiji, 2011:110). *Mobile Banking* adalah aplikasi berbasis SMS untuk mengakses rekening tabungan kapanpun dan dimanapun. Aplikasi mobile ini memudahkan nasabah untuk melakukan transfer dana, pembelian isi ulang pulsa, pembayaran tagihan dan pembayaran donasi (Zakat, Infaq, Shadaqah, Waqaf, Qurban).

Mobile Banking menggunakan teknologi SMS *binary* untuk memastikan keamanan dan kenyamanan pengguna. Walaupun aplikasi ini menggunakan jalur SMS, namun *mobile banking* dapat membuat pesan dan verifikasi PIN nasabah terenkripsi. Pesan dan verifikasi PIN akan secara aman terkirim tanpa harus menyimpan di *sent items* ponsel nasabah.

2.2.5 Internet Banking

Menurut Bank Indonesia, *Internet Banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *internet banking* di bedakan menjadi 3 (tiga), yaitu *Informational Internet Banking*, *Comunicative Internet Banking*, dan *Transactional Internet Banking* (Wiji, 2011:112). Jadi, *Internet Banking* merupakan salah satu jasa layanan Bank melalui jaringan

internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan.

Informational Internet Banking adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi dalam bentuk jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*). *Communicative Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan transaksi dengan bank penyedia layanan internet *banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi. *Transactional Internet Banking* adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank penyedia internet *banking* untuk melakukan eksekusi dan transaksi.

Internet Banking adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapanpun dan dimanapun nasabah berada menggunakan *Personal Computer*, Laptop, Notebook atau *smartphone*. *Internet banking* akan memberikan kemudahan, kepraktisan, keamanan, serta kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Dengan layanan internet *banking* transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama terdapat koneksi jaringan internet.

Internet Banking dapat membantu nasabah dalam hal (BRI Syariah, 2020):

1. Melakukan transaksi non finansial (seperti informasi saldo, mutasi rekening) dan transaksi finansial (seperti transfer antar rekening, transfer online antar bank, Kliring SKN dan RTGS).
2. Melakukan proses pembayaran tagihan bulanan dan transaksi pembelian kebutuhan.

Keuntungan menggunakan layanan *Internet Banking* (BRI Syariah, 2020) :

1. Hemat waktu, karena nasabah tidak perlu meninggalkan meja untuk melakukan aktivitas perbankan, cukup menggunakan PC, Laptop, atau *smartphone* yang telah terkoneksi dengan jaringan internet.
2. Aman, dilengkapi sistem keamanan berlapis dengan dukungan keamanan jaringan SSL (*Secure Socket Layer*).
3. Transaksi *Real Time Online*, karena dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun melalui jaringan internet.
4. Satu akses untuk semua produk, dengan login hanya menggunakan satu *user ID* dan dapat sekaligus mengakses seluruh rekening yang dimiliki

Keamanan *Internet Banking* :

Menurut Raharjo, aspek keamanan yang harus dijaga pada *internet banking* adalah (Wiji, 2011:118) :

1. *Confidentiality*: Dimana data-data harus diamankan dari penyadapan.
2. *Integrity*: Data tidak boleh diubah tanpa izin yang berhak.

3. *Authentication*: untuk meyakinkan identitas nasabah berdasarkan identitas di situs web.
4. *Non repudiation*: terkait dengan ketersediaan layanan, termasuk up-time pada situs web.

Peraturan mengenai *Internet Banking* :

Menurut Sabirin, bagi bank penyelenggara secara umum terdapat empat risiko manajemen yang terkait dengan penggunaan *internet banking*, antara lain sebagai berikut (Wiji, 2011:119) :

1. *Technology risk*, yang berhubungan dengan kehandalan dan keamanan sistem dari berbagai bentuk manipulasi ataupun pembobolan.
2. *Reputational risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila pelayanan *internet banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
3. *Outsourcing risk*, apabila bank yang bersangkutan sering menggunakan jasa pihak ketiga sebagai *Internet Service Provider (ISP)*, sehingga kemungkinan layanan ISP pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
4. *Legal risk*, dimana aspek hukum *internet banking* saat ini masih belum diatur secara jelas dan lengkap.

Di bidang pengawasan bank, Bank Indonesia telah cukup lama melakukan antisipasi, yaitu melalui pemberlakuan Surat Keputusan (SK) Direksi No.27/164/Kep/Dir pada tanggal 31 maret 1995 tentang Penggunaan Teknologi Sistem Informasi oleh bank.

Surat Keputusan tersebut memuat mengenai kewajiban melapor oleh kepada Bank Indonesia apabila bank yang bersangkutan memanfaatkan atau mengembangkan Teknologi Informasi. Namun demikian, peraturan mengenai *internet banking* yang baru diterbitkan pada tahun 2004 yang berupa Surat Edaran Bank Indonesia.

Pada tanggal 20 april 2004, Bank Indonesia menerbitkan Surat Edaran No. 6/18/DPNP perihal Manajemen Risiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (*internet Banking*). Surat Edaran tersebut diterbitkan sehubungan dengan semakin berkembangnya pelayanan jasa perbankan melalui *internet banking* dan sebagai pelaksana lebih lanjut dari Peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum (Lembaga Negara Nomor 4292) serta keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 27/164/KEP/DIR tentang penggunaan Teknologi Sistem Informasi Oleh Bank (Wiji, 2011:120).

2.2.6 CMS (*Cash Management System*)

CMS adalah layanan elektronik yang menyajikan layanan berupa transaksi finansial, antara lain transfer antar rekening atau ke rekening bank lain, *payroll system*, pembayaran tagihan hingga sistem laporan pembayaran, dan non finansial (informasi saldo, laporan historis transaksi, dan download sebagai media penyajian

laporan keuangan) melalui media. Fitur layanan yang dapat diberikan antara lain (BRI Syariah, 2020) :

1. Layanan non finansial
2. Informasi saldo rekening
3. Informasi rekening
4. Informasi mutasi transaksi
5. Fitur *Basic Cash Management*
6. Transfer antar rekening BRI Syariah
7. Transfer antar Bank via SKN/RTGS/ATM Bersama/Prima
8. *Electronic Payroll System*
9. *Billpayment System* – PLN
10. *Liquidity Management.*

2.3 Sistem Informasi Akuntansi

Penggunaan sistem teknologi informasi menjadikan nasabah memiliki banyak pilihan dan pertimbangan dalam memutuskan jasa perbankan yang akan memberikan kepuasan sesuai ekspektasinya. Perbankan harus mampu memaknai arti penting kepuasan nasabah dalam bertransaksi agar dapat menciptakan loyalitas dan hubungan yang menguntungkan antara kedua belah pihak dalam jangka waktu yang lama (Putri dkk, 2014).

Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses data serta transaksi untuk menghasilkan informasi yang lebih bermanfaat guna merencanakan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis (Krismiaji, 2015). Menurut Mulyadi

(2001:3), Sistem Informasi Akuntansi adalah organisasi formulir, catatan dan laporan yang dikoordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi juga merupakan suatu komponen atau sub sistem dari suatu organisasi yang mempunyai tanggung jawab atas penyiapan informasi keuangan guna membantu manajemen dalam pembuatan keputusan. Sistem Informasi akuntansi dirancang untuk menghasilkan informasi berupa informasi keuangan yang dibutuhkan oleh pihak eksternal maupun internal lembaga/instansi. Sistem Informasi Akuntansi pada dasarnya dapat dioperasikan tanpa menggunakan komputer, akan tetapi keterlibatan komputer dalam menangani tugas-tugas manusia dalam suatu sistem memiliki peran yang sangat besar dalam menunjang kelancaran sebuah sistem, sehingga informasi sangat dibutuhkan pihak manajemen dapat disajikan dengan cepat dan tepat waktu.

Menurut Rommey dan Steinbart (2015) ada enam komponen dari SIA yaitu :

1. Orang yang menggunakan sistem
2. Prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data
3. Data mengenai organisasi dan aktivitas bisnisnya
4. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data

5. Infrastruktur teknologi informasi, seperti komputer perangkat perifer, dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan dalam SIA
6. Pengendalian internal dan pengukuran keamanan yang menyimpan data SIA.

Porter dan Millar (1985), menjelaskan bahwa sebuah sistem informasi akan menambah nilai bagi perusahaan. Sehingga SIA yang didesai baik akan menambah nilai bagi perusahaan dengan cara berikut (Romney dan Steinbart, 2015) :

1. Peningkatan kualitas dan pengurangan biaya produk atau jasa
2. Peningkatan efisiensi
3. Berbagi pengetahuan
4. Peningkatan efisiensi dan efektifitas rantai pasokannya
5. Peningkatan struktur pengendalian internal
6. Peningkatan pengambilan keputusan.

Dari uraian diatas karena sistem informasi dalam dunia bisnis menambah nilai bagi perusahaan dan semakin canggih seiring dengan perkembangan teknologi, maka perusahaan akan terus berusaha melakukan pengembangan dibidang sistem informasi akuntansi. Begitu pula yang terjadi pada bidang perbankan. Salah satu bentuk tanda perkembangan dunia perbankan adalah dengan diterbitkannya *e-money* sebagai alat pembayaran non tunai. Pemabayaran yang biasa dilakukan dengan manual dapat dilakukan dengan berbasis teknologi.

2.4 Jenis-jenis Transaksi

Mankiw dkk (2012), menjelaskan bahwa uang merupakan aset dalam ekonomi yang biasanya digunakan oleh orang untuk bertransaksi dalam pembayaran barang dan jasa. Dimana menurut Pohan (2011), terdapat empat generasi dalam transaksi pembayaran, mulai dari *full bodied money* (uang logam); *fiat money* (uang kertas); *checking accounts* (rekening giro); sampai transaksi elektronik. Hal tersebut menandakan bahwa ada pergeseran serta perkembangan yang terjadi dalam sistem pembayaran Indonesia dari tunai ke non tunai.

2.4.1 Tunai

Alat pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan dua jenis uang yaitu uang logam dan uang kertas. Saat ini keberadaan uang tunai masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat, dikarenakan transaksi non tunai dirasa masih kurang nyaman untuk digunakan dan dianggap masih sulit karena hanya dapat digunakan di tempat-tempat tertentu. Sehingga, pemerintah memiliki misi yang tertuang dalam Undang- Undang No. 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang yaitu bagaimana agar dapat memenuhi kebutuhan uang tunai di masyarakat dengan jumlah nominal yang cukup, jenis pecahan yang sesuai, tepat waktu, dan dalam kondisi yang layak untuk diedarkan. Oleh karena itu menurut Pohan (2011) uang tunai yang digunakan dalam kegiatan transaksi harus memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Setiap uang yang dikeluarkan dimaksudkan untuk mempermudah kelancaran transaksi pembayaran tunai, dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat. Sehingga sejalan dengan hal tersebut maka uang diperlukan untuk memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:
 - a. Mudah dan nyaman digunakan (*user friendly*)
 - b. Tahan lama (*durable*)
 - c. Tidak sulit untuk dikenali (*easily recognized*)
 - d. Sulit dipalsukan (*secure againts counterfeiting*)
2. Jumlah yang tersedia harus cukup untuk masyarakat dengan tidak melupakan kesesuaian jenis pecahannya. Hal tersebut membutuhkan perencanaan yang baik dalam pengadaan maupun saat pendistribusiannya.
3. Diperlukan upaya untuk menyediakan lembaga pendukung guna mewujudkan terciptanya kelancaran arus uang tunai yang layak edar baik secara regional maupun nasional.

2.4.2 Non Tunai

Perkembangan sistem non tunai diawali dengan instrumen pembayaran yang bersifat *paperbased* seperti cek, bilyet giro, dan warkat lainnya. Kemudian dunia perbankan mengalami perkembangan dan mendorong masyarakat untuk mulai membiasakan diri menggunakan alat pembayaran dengan sistem elektronik. Sehingga lama kelamaan penggunaan alat pembayaran *paperbased* mengalami penurunan.

Menurut Pohan (2011) alat pembayaran non tunai dapat digolongkan menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu alat pembayaran *credit transfer* dan alat pembayaran *debit transfer*. Dimana berdasarkan trimonologi yang dibuat oleh Bank International Settlement (1996) *credit transfer* merupakan perintah untuk pembayaran yang bertujuan guna penempatan dana dari pengirim ke penerima yang memungkinkan untuk menggunakan bank lain sebagai perantara. Sedangkan *debit transfer* adalah sistem transfer dana dimana perintah transfer dibuat atau diotorisasi oleh pihak yang memiliki dana dan akan melakukan pengiriman dana tersebut kepada pihak lain.

2.5 Kemudahan

Davis (1989) menyatakan kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sedangkan menurut Wibowo dkk (2015) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi (2016), yang mengungkapkan jika sebuah layanan ternyata lebih rumit dibandingkan dengan manfaat yang didapat maka pelanggan akan memutuskan lebih memilih melakukan transaksi secara konvensional atau tidak lagi menggunakan teknologi tersebut.

Berikut merupakan beberapa indikator kemudahan (Pratiwi dkk, 2017) :

1. Penggunaan yang mudah dipelajari.
2. Interaksi yang jelas dan mudah dipahami.
3. Interaksi tidak membutuhkan usaha yang besar.
4. Mudah digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Dengan adanya layanan *e-channel* Perbankan Syariah, kemudahan dalam melakukan transaksi saat ini banyak dirasakan oleh masyarakat. Masyarakat dapat merasakan kemudahan dari layanan *e-channel* Perbankan Syariah karena, dengan menggunakan *e-channel* Perbankan Syariah sebagai saluran transaksi maka mereka dapat melakukan transaksi lebih mudah dan cepat. Dalam penelitian milik Alwafi dan Magnadi (2016) kemudahan didefinisikan sebagai saat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak perlu menggunakan usaha keras untuk melakukannya, sehingga penggunaan teknologi dan kemudahan sistemnya haruslah sesuai dengan keinginan pengguna.

2.6 Kebermanfaatan

Menurut Davis (1989), kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja

dari pekerjaannya. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa kebermafaatan dari penggunaan komputer dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut (Jogiyanto, 2008).

Beberapa aspek dari kebermafaatan (Venkatesh dan Davis, 2000) :

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kenerja individu
4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu

Berdasarkan beberapa definisi yang telaah literatur diatas dapat disimpulkan bahwa kemanfaatan pengguna teknologi informasi dapat diketahui dari kepercayaan penggunaan teknologi informasi dalam memutuskan penerimaan teknologi informasi, dengan satu kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan kontribusi positif bagi penggunanya. Kebermafaatan dan kemudahan mempunyai pengaruh ke minat perilaku. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat

dan mudah digunakan. Kebermanfaatan juga mempengaruhi kemudahan tapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak (Jogiyanto, 2007).

Kebermanfaatan didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Saripah dkk (2016) mendefinisikan kebermanfaatan sebagai sebuah sistem yang akan selalu berkaitan erat dengan produktivitas dan efektivitas suatu sistem dalam menyelesaikan tugas secara menyeluruh.

2.7 Kepercayaan

Kepercayaan nasabah didefinisikan 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 (Wibowo dkk, 2015). Menurut Tjini dan Baridwan (2012), kepercayaan merupakan sesuatu hal yang menyangkut perihal kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan mendatangkan manfaat atau tidak. Dimana kepercayaan tidak dapat begitu saja diperoleh, melainkan harus dibangun dari awal dan kemudian dapat dibuktikan (Saputro dan Sukirno, 2013). Sehingga jika seorang individu sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi maka akan meningkatkan minatnya dalam penggunaan teknologi.

Indikator pengukuran variabel kepercayaan diantaranya yaitu (Verhagen dan Dolen, 2007) :

1. Dapat diandalkan.
2. Memiliki reputasi yang baik.
3. Memberikan keamanan dalam bertransaksi

Menurut Wibowo dkk (2015), Kepercayaan nasabah didefinisikan 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. Sehingga, penilaian atas kepercayaan pengguna terhadap sebuah teknologi dirasa akan sejalan dengan tingkat minat pengguna dalam menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah.

2.8 Keamanan

Menurut Afghani dan Yulianti (2016), keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Kemudian, jaminan keamanan menjadi bagian penting dalam membentuk kepercayaan seseorang dengan mengurangi kekhawatiran pengguna terhadap penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak (Rafidah dan Djawoto, 2017).

Keamanan dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut (Waspada, 2012) :

1. Tidak khawatir saat memberikan informasi.
2. Percaya akan mendapat perlindungan atas informasi yang diberikan.
3. Percaya bahwa uang yang tersimpan dalam alat elektronik terjamin pada saat transaksi.

Secara teknis, keamanan akan menjamin integritas, kerahasiaan, otentifikasi, dan tanpa pencatatan transaksi. Integritas suatu sistem informasi mengacu pada kemustahilan dari data yang ditransmisikan atau disimpan akan dapat di modifikasi oleh pihak ketiga tanpa izin. Kerahasiaan melibatkan data yang hanya dapat dilihat oleh individu yang berwenang. Otentikasi memungkinkan suatu kegiatan tertentu hanya akan dilakukan setelah identifikasi, atau adanya jaminan bahwa identitas hanya akan digunakan untuk suatu urusan tertentu saja (misalnya situs web). Akhirnya, tanpa pencatatan transaksi (*non-repudiation*) mengacu pada prosedur yang melindungi individu atau organisasi untuk menyangkal bahwa mereka telah melakukan operasi tertentu seperti order pembelian (Flavia'n dan Guinali'u, 2006)

Menurut Afghani dan Yulianti (2016), Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Sebuah teknologi dikatakan baik jika memberikan jaminan keamanan terhadap seluruh informasi data yang disimpan dan keamanan saat proses penggunaan teknologi.

2.9 Minat

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), minat merupakan komponen yang ada dalam diri seorang individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan suatu tingkah laku atau perilaku tertentu. Menurut Hartono (2007), minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat adalah sesuatu yang timbul setelah melihat rangsangan dari produk yang dilihatnya (Kotler dan Keller, 2012). Minat adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya.

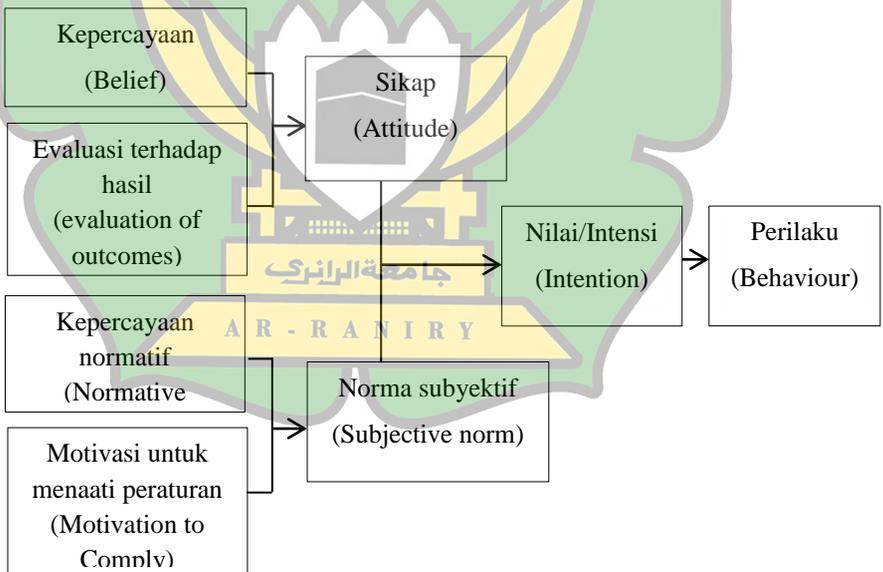
Kemudian, dalam penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) disebutkan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, jika seorang individu menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, keamanan yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat untuk menggunakannya lagi. Ketika suatu sistem baru diterapkan, respon positif penggunaan (*user*) dapat dijadikan indikator keberhasilan dari sistem tersebut.

Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, akan tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang

2.9.1 Theory of Reason Action (TRA)

Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*) ini adalah sebuah model sosial kognitif yang menyediakan sebuah framework dalam memahami perilaku sadar seorang individu.

Ajzen dan Fishbein (1975) menyatakan bahwa asumsi dasar dari TRA adalah manusia adalah makhluk rasional dan menggunakan informasi secara sistematis. Manusia akan mempertimbangkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka melakukan suatu perilaku tertentu. Ada beberapa komponen penting yang dipelajari di dalam TRA. Beberapa komponen itu antara lain sikap (attitude), norma subyektif (subjective norm), serta maksud/intensi.



Sumber : *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein dan Ajzen (1975)

Gambar 2.1
Model TRA

2.9.2 Theory Planned of Behavior (TPB)

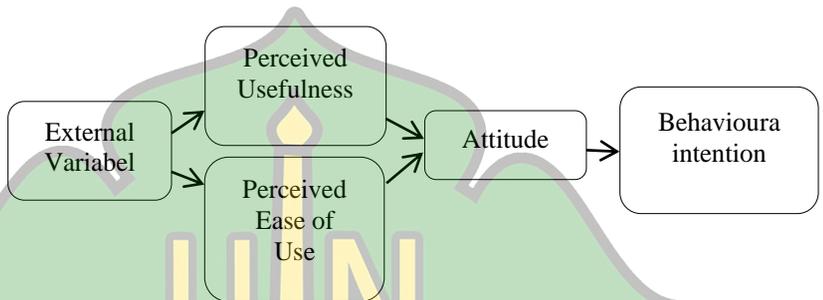
Theory Planned of Behavior (TPB) merupakan model yang dikembangkan dan dikemukakan oleh Ajzen (1985), dalam teorinya menyebutkan bahwa *Theory Planned of Behavior (TPB)* berfokus pada faktor-faktor yang menentukan perilaku aktual individu. Dalam model *Theory Planned of Behavior (TPB)* terdapat tiga faktor keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), keyakinan normatif (*normative beliefs*), dan keyakinan bahwa perilaku tersebut dapat dilaksanakan (*control beliefs*) dimana ketiga faktor tersebut memunculkan faktor utama yaitu minat seorang dalam melakukan suatu perilaku.

Menurut Davis (1986), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Dalam enelitian kali ini penulis akan menjadikan *Theory Planned of Behavior (TPB)* sebagai dasar untuk mengukur minat seseorang dalam melakukan sesuatu.

2.9.3 Technology Acceptance Model (TAM)

Ada beberapa model yang dengan sengaja di bentuk dan di bangun untuk menganalisis, mendalami, dan memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi diterimanya suatu teknologi dalam lingkungan tertentu. Diantaranya seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* yang merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (user).

Technology Acceptance Model pertama kali di perkenalkan oleh Davis yang dikembangkan berdasarkan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (Jogiyanto, 2007:111).



Sumber : *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989)

Gambar 2.2
Model TAM

Selanjutnya Davis merumuskan dua variabel utama dalam TAM, yaitu kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan. Kedua variabel ini dapat menjelaskan aspek perilaku pengguna (Park, 2007).

2.10 Penelitian Terkait

Penelitian terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-channel* perbankan syariah dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama Judul dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil (Kesimpulan)
1	Alwafi dan Magnadi (2016) Pengaruh Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan, memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan Tokopedia.com. Sedangkan variabel pengalaman sebaliknya tidak berpengaruh pada minat penggunaan Tokopedia.com
2	Ratna Purnami (2016) Pengaruh Manfaat, Keamanan dan Kerahasiaan, Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan - RANIRY Nasabah Pada Layanan E-Banking Bank Mandiri Di Surabaya	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan <i>e-banking</i> , sedangkan keamanan dan kerahasiaan sebaliknya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan <i>e-banking</i> .

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Nama Judul dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil (Kesimpulan)
3	Saripah dkk (2015) Pengaruh kepercayaan, kebermanfaatan, resiko, dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan <i>e-filling</i> bagi wajib pajak orang pribadi di kpp pratama pekanbaru tanpa 2015	Kuantitatif	Dari hasil Penelitian ini diketahui bahwa kepercayaan, kebermanfaatan, dan kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-filling</i> . resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-filling</i> . Secara simultan menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa kepercayaan, kebermanfaatan, resiko dan kepuasan wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>e-filling</i>
4	Wibowo dkk (2015) Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Money Card</i> (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> .

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Nama Judul dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil (Kesimpulan)
5	Kinasih dan Albari (2012) Pengaruh Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan dan privasi memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan.

Sumber: Data diolah, 2020

Alwafi dan Magnadi (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online pada Situs Jual Beli Tokopedia.com”. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria seperti pengguna internet dengan usia minimal 19 tahun, pernah berbelanja online di tokopedia, dan memiliki rekening bank untuk melakukan pembayaran.. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan, memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan Tokopedia.com. Sedangkan variabel pengalaman sebaliknya tidak berpengaruh pada minat penggunaan Tokopedia.com

Ratna Purnami (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Keamanan dan Kerahasiaan, Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Layanan *E-Banking* Bank Mandiri Di Surabaya”. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan membagikan kuesioner kepada 80 responden yang merupakan nasabah Bank Mandiri di Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan *e-banking*, sedangkan keamanan dan kerahasiaan sebaliknya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam penggunaan layanan *e-banking*.

Saripah dkk (2015) melakukan penelitian tentang “Pengaruh kepercayaan, kebermanfaatan, resiko, dan kepuasan wajib pajak terhadap penggunaan *e-filling* bagi wajib pajak orang pribadi di kpp pratama pekanbaru tampan 2015”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 dari 57.886 populasi yang merupakan Wajib Pajak Orang Pribadi yang menggunakan fasilitas *e-filling* yang terdaftar di KPP Pratama Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kebermafaatan, dan kepuasan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*. Secara simultan menunjukkan bahwa kepercayaan, kebermanfaatan, risiko dan kepuasan wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-filling*.

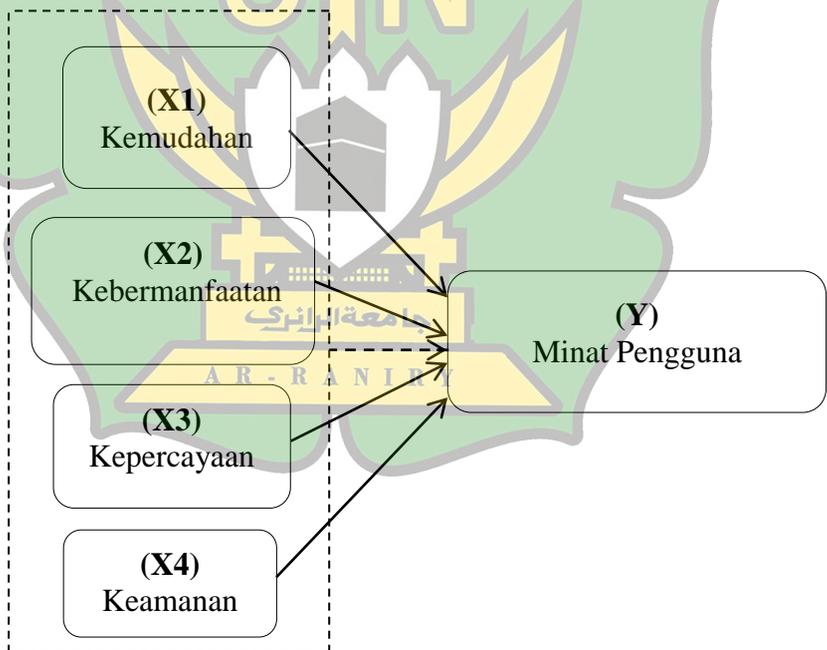
Wibowo dkk (2015) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 200 orang dari populasinya yang merupakan semua pengunjung gerai Jasa Commuterline di Jakarta. Variabel yang digunakan oleh peneliti selama penelitian adalah manfaat, kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan dimana hasil yang didapat dari keempat variabel tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*.

Kinasih dan Albari (2012) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Online”. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 96 responden yang merupakan mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta yang sudah pernah melakukan transaksi secara online. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan dan privasi memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan.

2.11 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dapat diartikan sebagai kerangka konseptual dimana teori berhubungan dengan faktor atau variabel yang sudah diidentifikasi sebagai masalah. Kerangka berpikir digunakan untuk mudah memahami permasalahan yang sedang diteliti (Supranto, 2004:30). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi (2016) dan Wibowo dkk (2015)

menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat. Menurut penelitian Ratna (2016), Saripah dkk (2015), dan Wibowo dkk (2015) variabel kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat. Dalam penelitian Alwafi dan Magnadi (2016), Saripah dkk (2015), dan Wibowo dkk (2015) variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat. Dan penelitian yang dilakukan oleh Alwafi dan Magnadi (2016), Kinasih dan Albari (2012) dimana menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat. Dari hasil tersebut maka penulis membuat gambaran mengenai kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.3 di bawah ini:



Sumber: Data diolah, 2020

Gambar 2.3
Skema Kerangka Perpipir

2.12 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2017: 63). Pada penelitian ini terdapat empat variabel yaitu: kemudahan (X1), kebermanfaatan (X2), kepercayaan (X3), dan keamanan (X4) dan minat pengguna (Y).

Adapun yang menjadi hipotesis pada penelitian ini adalah:

- H₁ : Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Channel* perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry
- H₂ : Kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Channel* perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry
- H₃ : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Channel* perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry
- H₄ : Keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-Channel* perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry
- H₅ : Kemudahan, Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *e-Channel* perbankan syariah pada mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode ilmiah adalah prinsip-prinsip logis terhadap penemuan, pengesahan dan penjelasan kebenaran cara yang ilmiah untuk mencapai kebenaran ilmu, guna memecahkan masalah (Siregar, 2014:16). Jenis penelitian ini adalah penelitian eksperimen dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, yang berguna untuk meneliti pada tingkatan populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2015). Menurut Martono (2011:20), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan penulis ingin mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan serta keamanan yang akan diuji pengaruhnya terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry untuk menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah sebagai media elektronik dalam melakukan aktivitas perbankan. Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan terjun langsung ke objek penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan

dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan yang berbentuk kuesioner kepada responden. Adapun lokasi pada penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah, sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif, yang menunjukkan fakta. Data juga merupakan kumpulan fakta, angka atau segala sesuatu yang dipercaya kebenarannya, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan (Siregar, 2014:16). Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Siregar (2014:37), data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli.

Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data primer juga dapat diartikan sebagai data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau prilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (Responden) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti (Sangadji dan Sopiah, 2010). Sumber data primer dalam

penelitian ini didapat langsung dari mahasiswa Perbankan Syariah di FEBI UIN Ar-Raniry. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket atau kuesioner secara daring melalui Google Form.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Bawono (2006:28), populasi adalah keseluruhan wilayah objek dan subjek penelitian di tetapkan untuk di analisis dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain, yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian (Purwanto, 2009:7). Sedangkan menurut Menurut Sugiyono (2017:135), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Ar-Raniry Prodi Perbankan Syariah tahun 2016 - 2017 yang merupakan mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Komputer Perbankan yang membahas materi mengenai layanan *e-channel* perbankan syariah dengan Jumlah 444 Mahasiswa

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif

(mewakili). Maka peneliti dapat mengambil sampel yang dari populasi tersebut, dengan demikian dari total jumlah populasi dibawah ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin. Total populasi seluruhnya adalah 444 Mahasiswa.

Tabel 3.1
Jumlah Sampel Purposive

Tahun Angkatan	Laki -laki	Perempuan	Jumlah
2016	7	55	62
2017	3	16	19
Jumlah			81

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 3.1 menunjukkan bahwa jumlah sampel dari mahasiswa perempuan lebih banyak dari pada mahasiswa laki-laki, hal ini dapat diasumsikan karena kebanyakan mahasiswa laki-laki banyak yang non aktif, bekerja, dan lainnya.

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

Keterangan:

n= Ukuran Sampel R Y

N= Ukuran Populasi

e²= error

$$n = \frac{444}{1+444(0,1)^2} = 81,617 = 81$$
 (3.2)

Rumus di atas menghasilkan sampel sebesar 81 orang dengan tingkat error 0,1.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel berdasarkan tujuan) yakni pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas atau yang kompeten/benar-benar paham di bidangnya diantara anggota populasi (Hikmat, 2011:64).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Noor, 2011:138). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field research*) yang akan dilakukan langsung terjun ke lapangan terhadap objek penelitian untuk memperoleh dan mengumpulkan data. Adapun metode pengumpulan data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner/angket merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011: 138). Teknik kuesioner ini dibuat dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis dalam bentuk Google Form untuk diberikan kepada mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Prodi Perbankan Syariah tahun 2016 - 2017 (responden) yang berisi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-channel perbankan syariah

yang kemudian di sebarakan melalui link. Pada penelitian ini penulis memakai kuesioner tertutup yang merupakan penyajian pertanyaan/pernyataan serta jawabannya, sehingga responden hanya dapat memberikan jawaban yang terbatas atau yang tertera di lembar kuesioner tersebut.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 58) variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Variabel-variabel yang terdapat di dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Surharso (2009:38), variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan positif atau negatif. Variabel independent dalam penelitian ini adalah kemudahan (X1), kebermanfaatan (X2), kepercayaan (X3), dan keamanan (X4). Keempat variabel ini akan diuji pengaruhnya terhadap minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry dalam menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Serta manakah dari keempat variabel ini yang paling berpengaruh.

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*), atau disebut variabel kriteria, menjadi perhatian utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran dalam penelitian (Suharso, 2009:37). *Variabel dependent* (Y) dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry dalam menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Minat mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry dalam menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah dianggap sebagai tolak ukur keberhasilan *e-channel* Perbankan Syariah membantu Perbankan Syariah di Indonesia dalam menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*less cash society*) di Indonesia

3.6 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut sugiyono (2010), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Setiap jawaban dari pertanyaan pada angket masing-masing pilihan jawaban diberi skor: Sangat Setuju (SS) diberi skor 4, Setuju (S) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1 (Sugiyono, 2013:94).

Tabel 3.2
Skala Likert

Skor Jawaban	Makna Jawaban
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2013

3.7 Uji Coba Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Santosa dan Ashari (2005: 247) validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk melakukan uji validitas, metode yang dilakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Tahap-tahap yang harus dilakukan untuk melakukan pengujian validitas adalah:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang diukur. Jadi untuk menguji validitas suatu konsep, tahap awal yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional.
2. Melakukan uji coba pada beberapa responden. Uji coba minimal dilakukan terhadap 30 orang.
3. tabel tabulasi jawaban.
4. Mempersiapkan Menghitung nilai korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor dari butir jawaban

3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Santosa dan Ashari (2005:251), reabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala di lain kesempatan. Adapun pengukuran reabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran berulang. Disini pengukuran dilakukan berulang-ulang pada waktu yang berbeda, dengan kuesioner atau pertanyaan yang sama. Hasil pengukuran dilihat apakah konsisten dengan pengukuran sebelumnya
2. *One Shot*. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu titik waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan korelasi antar jawaban. Pada program SPSS 25, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu kuesioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memperkirakan suatu garis atau persamaan regresi dengan jalan meminimalkan jumlah dari kuadrat kesalahan tiap observasi terhadap variabel yang ada dalam model, untuk mendapatkan kesimpulan statistik yang dapat dipertanggungjawabkan (Ghozali, 2001:96).

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2011:83), bahwa tingkat normalitas suatu data tidak begitu penting, tetapi sebaiknya data yang ada tersebut dapat berkontribusi normal. Namun uji normalitas merupakan uji tentang normal atau tidaknya distribusi variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang normal atau mendekati normal.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dasar analisis dari uji heteroskedastis melalui grafik plot adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:69)

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinear (jurnal Mohammad Iman Tindow, Peggy A. Mekel dan Greis M. Sendow: 2014)

Mengukur multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $<0,10$ atau $VIF >10$ maka terdapat multikolinearitas, sehingga variabel tersebut harus dibuang dan juga sebaliknya jika *tolerance* $>0,10$. Dan $VIF >10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011)

3.8.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu metode pengujian untuk membuktikan bahwa residual tidak saling berhubungan. Dalam penelitian ini menggunakan metode Durbin-Watson. Menurut Widarjono (2015) Metode Durbin-Watson adalah salah satu metode yang mudah dan sering digunakan untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan besar kecilnya pengaruh variabel *dependent* dan *independent* dalam penelitian. Analisis deskriptif adalah untuk menganalisis data

dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013). Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan hasil data dari jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada para responden.

Statistik deskriptif berkaitan dengan bagaimana menyajikan data se informatif mungkin dan dapat memberikan gambaran atau deskripsi responden mengenai variabel-variabel penelitian (kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan pada minat penggunaan layanan *e-channel* Perbankan Syariah). Sehingga statistik deskriptif ini berhubungan dengan kegiatan pengumpulan, pengorganisasian, peringkasan dan penyajian data (Widarjono, 2015).

3.9.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai berpengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3), ..., (X_n) dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi berganda dapat dituliskan: (Riduwan dan Sunarto, 2011:309)

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e \quad (3.3)$$

Keterangan:

Y	= Minat pengguna <i>E-Channnel</i> Perbankann Syariah pada mahasiwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Ar-Raniry
α	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien Regresi
X_1	= Kemudahan Penggunaan
X_2	= Kebermanfaatan Penggunaan
X_3	= Kepercayaan
X_4	= Keamanan
E	= Error

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Uji statistik distribusi t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual (Widarjono, 2015). جامعة

Hal ini berarti, uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X₁, X₂, X₃, dan X₄ (kemudahan penggunaan, kebermanfaatan penggunaan, kepercayaan dan keamanan) berpengaruh terhadap variabel Y (minat penggunaan *e-channel* Perbankan Syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry) secara terpisah atau parsial.

3.10.2 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Afghani & Yulianti, 2016). Dalam penelitian ini berarti menguji pengaruh secara serempak dari pengaruh kemudahan, kebermanfaatan, keercayaan dan keamanan terhadap minat penggunaan *e-channel* Perbankan Syariah.

3.11 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel (Santosa dan Ashari, 2005).

$$\text{Rumus: } R^2 = r^2 \times 100\%$$

(3.4)

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum UIN Ar-Raniry

4.1.1 Sejarah Singkat

IAIN adalah singkatan dari Institut Agama Islam Negeri sudah merubah nama menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry tepat pada tanggal 5 Oktober 2013 melalui PERPRES N0. 64 Tahun 2013 yang dikeluarkan dan mulai berlaku pada tanggal 1 Oktober 2013. Dan kata Ar-Raniry yang di nisbahkan kepada IAIN Banda Aceh adalah nama seorang Ulama besar dan mufti yang sangat berpengaruh pada masa Sultan Iskandar Tsani (memerintah tahun 1637-1641). Ulama besar tersebut nama lengkapnya Syeikh Nuruddin Ar-Raniry yang berasal dari Ranir (sekarang Rander) di Gujarat, India.

Kemunculan awal IAIN Ar-Raniry ini dengan berdirinya Fakultas Syariah di tahun 1960 dan Fakultas Tarbiyah di tahun 1962 sebagai cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dan masih di tahun 1962 didirikanlah Fakultas Ushuluddin sebagai Fakultas swasta di Banda Aceh. IAIN Ar-Raniry beberapa tahun telah menjadi cabang dari IAIN Yogyakarta, yang terdiri dari fakultas Syariah, Tarbiyah dan Ushuludin kemudian berpindah induk ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta selama enam bulan. Lalu tepat pada tanggal 5 Oktober 1963 telah resmi berdirinya IAIN Ar-Raniry dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Agama

Republik Indonesia Nomor 89 Tahun 1963 dan diresmikan oleh Menteri Agama K.H Saifuddin Zuhri (UIN Ar-Raniry, 2020).

4.1.2 Visi dan Misi

Visi dari UIN Ar-Raniry ialah menjadi universitas unggul dalam pengembangan dan pengintegrasian ilmu keislaman, sains, teknologi, dan seni.

Misi dari UIN Ar-Raniry adalah:

1. Melahirkan sarjana yang memiliki kemampuan akademik, profesi, dan vokasi yang kompetitif.
2. Berorientasi pada masa depan dan berakhlak mulia.
3. Mengembangkan tradisi riset yang multidisipliner dan intertrativ berbasis syariat Islam.
4. Mengimplementasikan ilmu untuk membangun masyarakat madani, yang beriman, berilmu dan beramal.

4.1.3 Program Studi Perbankan Syariah

Program studi perbankan syariah merupakan salah satu program studi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. Program studi perbankan syariah ini didirikan pada tahun 2014 hingga sekarang dan sudah terakreditasi B pada tanggal 21 Maret 2017 oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

4.2 Deskripsi Data Penelitian

4.2.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 81 orang, yang merupakan mahasiswa Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh angkatan 2016-2017.

4.2.1.1 Jenis kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	10	12,3%
Perempuan	71	87,7%
Jumlah	81	100%

Sumber: Data diolah, 2020

Dari tabel 4.1, menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh responden perempuan sebanyak 71 orang atau 87,7%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 10 orang atau 12,3%.

4.2.1.2 Umur

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
20-21 Tahun	19	23,5%
22-23 Tahun	62	76,5%
Jumlah	81	100%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari semua tingkatan umur, sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur 22-23 tahun sebanyak 62 orang atau 76,5%, sedangkan responden yang berumur 20-21 tahun sebanyak 19 orang atau 23,5%.

4.2.1.3 Tahun Angkatan

Data karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Frekuensi	Persentase
2016	62	76,5%
2017	19	23,5%
Jumlah	81	100%

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuesioner didominasi oleh angkatan 2016 sebanyak 62 orang atau 76,5%, sedangkan angkatan 2017 sebanyak 19 orang atau 23,5%.

4.3. Pengujian Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui item-item dalam daftar pertanyaan yang telah memenuhi syarat, jika item tersebut tidak memenuhi syarat maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Menurut Sajarweni (2015) hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan signifikansi 5%, jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pernyataan/ <i>item</i>	r tabel	Pearson Correlation (r hitung)	Ket
Kemudahan (X_1)	X1.1	0,219	0,889	Valid
	X1.2	0,219	0,737	Valid
	X1.3	0,219	0,674	Valid
	X1.4	0,219	0,763	Valid
	X1.5	0,219	0,845	Valid
Kebermanfaatan (X_2)	X2.1	0,219	0,806	Valid
	X2.2	0,219	0,879	Valid
	X2.3	0,219	0,777	Valid
Kepercayaan (X_3)	X3.1	0,219	0,880	Valid
	X3.2	0,219	0,772	Valid

	X3.3	0,219	0,827	Valid
	X3.4	0,219	0,848	Valid
Keamanan (X_4)	X4.1	0,219	0,843	Valid
	X4.2	0,219	0,787	Valid
	X4.3	0,219	0,768	Valid
	X4.4	0,219	0,806	Valid
Minat Pengguna (Y)	Y1.1	0,219	0,864	Valid
	Y1.2	0,219	0,622	Valid
	Y1.3	0,219	0,713	Valid
	Y1.4	0,219	0,895	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas diketahui bahwa tiap masing-masing *item* pertanyaan memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,219). Maka dapat disimpulkan bahwa tiap *item* pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji ini dilakukan terhadap *item* pertanyaan yang sudah valid. Suatu instrument memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai yang diperoleh $\geq 0,60$ (Ghozali dalam Lestari, 2010). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan (X_1)	5	0,844	Reliabel
Kebermanfaatan (X_2)	3	0,771	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	4	0,784	Reliabel
Keamanan (X_4)	4	0,809	Reliabel
Minat Pengguna (Y)	4	0,833	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2020

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25. Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa setiap pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai Cronbach's Alpha, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha setiap komponen pertanyaan/pernyataan lebih besar dari pada 0,60.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sebagai uji data variabel (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data

variabel terikat mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2016).

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov*, menurut Sentosa (2012) dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas (*Asymptotic Significant*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

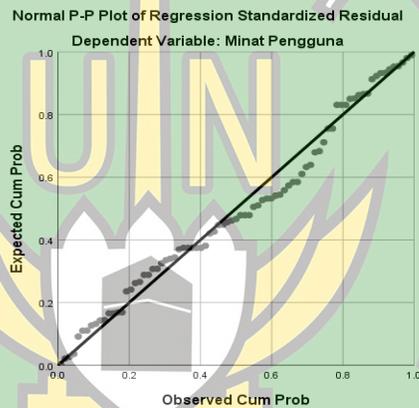
Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		81	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.52632223	
Most Extreme Differences	Absolute	.092	
	Positive	.092	
	Negative	-.059	
Test Statistic		.092	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.470 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.457
		Upper Bound	.483
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.			

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah $0,470 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji normalitas dilakukan untuk memenuhi persyaratan statistik parametris yang menghendaki data yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Uji asumsi normalitas dilakukan dengan menggunakan uji grafik normal P-P Plot



Sumber: Data diolah, 2020

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-P Plot

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam uji multikolinearitas ini dapat dilihat dari nilai tolerance value dan variance inflation factor (VIF).

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.690	1.786		2.066	.042		
	Kemudahan	.209	.086	.286	2.419	.018	.740	1.351
	Kebermanfaatan	.105	.143	.086	.733	.466	.744	1.344
	Kepercayaan	-.123	.132	-.118	-.934	.353	.650	1.538
	Keamanan	.351	.148	.301	2.372	.020	.642	1.559

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4.7 menunjukkan seluruh nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF variabel independen < 10 . maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu metode pengujian untuk membuktikan bahwa residual tidak saling berhubungan. Uji autokorelasi dalam penelitian ini di uji dengan SPSS 25 menggunakan metode uji Durbin Watson. Telah dibahas sebelumnya, bahwa uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Selanjutnya, nilai hasil uji korelasi dalam penelitian ini akan dibandingkan dengan nilai durbin watson pada tabel durbin watson

dengan signifikansi 5%. Data dikatakan bebas autokorelasi jika nilai durbin watson > nilai du. Dalam penelitian ini dengan variabel 4 (k=4) dan jumlah responden 81 dalam tabel durbin watson menunjukkan angka du sebesar 1.7438. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Uji Autokorelasi

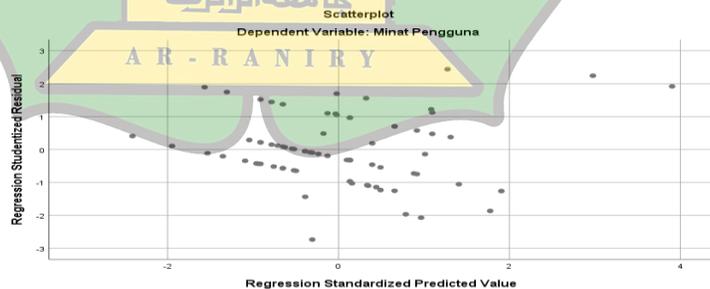
Model	Durbin-Watson
1	2,321

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji durbin watson diatas diperoleh nilai durbin watson yang lebih besar dari 1.7438 yaitu sebesar 2,321, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah autokorelasi.

4.4.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Sumber: Data diolah, 2020

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot terlihat bahwa penyebaran data pada scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi atau meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,690	1,786		2,066	,042
Kemudahan	,209	,086	,286	2,419	,018
Kebermanfaatan	,105	,143	,086	,733	,466
Kepercayaan	-,123	,132	-,118	-,934	,353
Keamanan	,351	,148	-,301	2,272	,020

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas hasil dari regresi linear berganda diketahui koefisien untuk variabel kemudahan (X_1) sebesar 0,209, untuk variabel kebermanfaatan (X_2) sebesar 0,105, untuk variabel kepercayaan (X_3) sebesar -0,123 dan untuk variabel keamanan (X_4) sebesar 0,351 dengan konstanta sebesar 3,690

sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (4.1)$$

$$Y = 3,690 + 0,209 X_1 + 0,105 X_2 + -0,123 X_3 + 0,351 X_4 + e \quad (4.2)$$

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

1. Nilai konstanta (α) sebesar 3,690, artinya jika variabel kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan bernilai 0 maka minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah memiliki nilai sebesar 3,690.
2. Dari tabel 4.9 menunjukkan nilai t statistik kemudahan sebesar 0,209 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Diketahui β kemudahan bernilai 0,209 maksudnya adalah jika kemudahan dinaikkan sebesar satu satuan akan menyebabkan minat pengguna layanan *e-channel* Perbankan Syariah meningkat sebesar 0,209.
3. Dari tabel 4.9 menunjukkan nilai t statistik kebermanfaatan sebesar 0,105 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi 0,466

$> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Diketahui kebermanfaatan bernilai 0,105 jika kebermanfaatan dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah menurun sebesar 0,105.

4. Dari tabel 4.9 menunjukkan nilai t statistik kepercayaan sebesar -0,123 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi 0,353 $> 0,05$. ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Diketahui kepercayaan bernilai -0,123, Jika kepercayaan dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan menurunnya terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah sebesar -0,123.

5. Dari tabel 4.9 menunjukkan nilai t statistik keamanan sebesar 0,351 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi 0,020 $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Diketahui

keamanan bernilai 0,351 maksudnya adalah jika keamanan dinaikkan sebesar satu satuan akan menyebabkan minat pengguna layanan *e-channel* Perbankan Syariah meningkat sebesar 0,351.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,690	1,786		2,066	,042
Kemudahan	,209	,086	,286	2,419	,018
Kebermanfaatan	,105	,143	,086	,733	,466
Kepercayaan	,123	,132	-,118	-,934	,353
Keamanan	,351	,148	-,301	2,272	,020

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.10 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel kemudahan dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ berpengaruh

terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah. Maka pengujian hipotesis dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.

2. Pengaruh kebermanfaatan terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah.

Berdasarkan table 4.10 dapat diketahui bahwa dengan nilai signifikansi $0,466 > 0,05$ kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah. Maka pengujian hipotesis dapat disimpulkan H_a ditolak dan H_0 diterima.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah

Berdasarkan table 4.10 dapat diketahui bahwa dengan nilai signifikansi $0,353 > 0,05$ kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah. Maka pengujian hipotesis dapat disimpulkan H_a ditolak dan H_0 diterima.

4. Pengaruh keamanan terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel keamanan dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$ berpengaruh terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah. Maka pengujian hipotesis dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak.

4.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	50,985	4	12,746	5,198	,001 ^b
Residual	186,373	76	2,452		
Total	237,358	80			

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil output uji simultan di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 5,198 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Dengan tingkat signifikansi 5% dan $df_1 (N_1) = k-1$ ($4-1$) = 3 dan $df_2 (N_2) = n-k$ ($81-5$) = 76 sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2.810 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,198 > 2,492$) maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen yaitu kemudahan (X_1), kebermanfaatan (X_2), kepercayaan (X_3) dan keamanan (X_4) memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah (Y).

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel independen yaitu kemudahan (X_1), kebermanfaatan (X_2), kepercayaan (X_3) dan keamanan (X_4) dengan variabel dependen yaitu minat pengguna (Y), bisa juga dikatakan sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.215	.173	1.566

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan
 b. Dependent Variable: Minat Pengguna

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil output uji koefisien determinasi (R^2) di atas menunjukkan bahwa pengaruh variabel kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan keamanan terhadap minat pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah sebesar 0,173 atau 17,3%. Dan sisa 82,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang diuraikan diatas, maka keseluruhan hasil pembahsan ini sebagai berikut :

4.8.1. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan hasil output menggunakan SPSS, diketahui nilai t hitung kemudahan sebesar 2,419 lebih besar dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$. Dari hasil uji hipotesis di atas dapat di ketahui bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang di berikan oleh layanan *e-channel* Perbankan Syariah semakin tinggi minat menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah pada mahasiswa perbankan syariah FEBI UIN Ar-Raniry demikian juga sebaliknya.

Peneliti menyimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan karena mahasiswa merasa mudah untuk melakukan transaksi perbankan dan juga lebih fleksibel untuk berinteraksi dengan menggunakan layanan *e-channel* perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wibowo dkk (2015) juga Alwafi dan Magnadi (2016)

4.8.2. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan hasil output menggunakan SPSS, diketahui nilai t hitung kebermanfaatan sebesar 0,733 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi $0,466 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan

terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah.

Peneliti menyimpulkan bahwa kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah dikarenakan responden yang diambil pada penelitian ini berasal dari kalangan mahasiswa yang berusia diantara 22-23 tahun. Responden disini cenderung akan lebih mengikuti trend yang ada tanpa melihat manfaat apa yang akan dirasakan selama penggunaan teknologi tersebut. Responden penelitian ini lebih melihat sisi trend-nya dari pada sisi manfaat yang ditawarkan oleh layanan *e-channel* perbankan. Hal ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Ratna (2016) dan Saripah dkk (2016).

4.8.3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan hasil output menggunakan SPSS, diketahui nilai t hitung kepercayaan sebesar $-0,934$ lebih kecil dari t tabel yaitu $1,99167$ dengan nilai signifikansi $0,353 > 0,05$. ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Sehingga apabila tingkat kepercayaan pada layanan *e-channel* perbankan syariah meningkat ataupun menurun maka tidak akan mempengaruhi peningkatan maupun penurunan minat terhadap] penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa walaupun tingkat kepercayaan terhadap layanan *e-channel* masih kurang mahasiswa sebagai pengguna layanan *e-channel* perbankan syariah tetap menggunakannya, ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa faktor kemudahan dan keamanan memberikan hal positif yang lebih dominan sehingga faktor kepercayaan tidak mempengaruhi mereka dalam menggunakan layanan *e-channel* tersebut. Hal ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh saripah dkk (2016) juga Wibowo dkk (2015).

4.8.4. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Pengguna

Berdasarkan hasil output menggunakan SPSS, diketahui nilai t hitung keamanan sebesar 2,272 lebih besar dari t tabel yaitu 1,99167 dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *e-channel* Perbankan Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa mahasiswa tidak khawatir dan tidak mempermasalahkan tingkat keamanan pada layanan *e-channel* perbankan syariah. Untuk memprediksi resiko keamanan yang dihadapi dan sebelum melakukan transaksi, mahasiswa berusaha untuk mengumpulkan informasi mengenai *e-channel* perbankan syariah.

Berdasarkan informasi tersebut mahasiswa dapat memprediksi seberapa besar resiko yang dihadapi perihal keamanan mereka. Semakin banyak informasi yang diperoleh

mengenai *e-channel* perbankan syariah yang bersifat positif, semakin kecil resiko keamanan yang dirasakan sehingga semakin besar kemungkinan untuk melakukan transaksi perbankan secara *online*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kinasih dan Albari (2012) juga Alwafi dan Magnadi (2016) namun bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Ratna (2016)

4.8.5 Pengaruh Kemudahan, Kebermanfaat, Kepercayaan, Keamanan (X) Terhadap Minat Pengguna Layanan *E-Channel*

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 maka hipotesis diterima, begitupun sebaliknya. F hitung yang diperoleh menggunakan SPSS yaitu nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $5,198 > 2,492$. dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya bahwa variabel independen (kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu minat penggunaan layanan *e-channel*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kemudahan dan keamanan yang di berikan, maka dapat memperkecil kemungkinan kebermanfaatan dan kepercayaan yang tadinya tidak berpengaruh signifikan menjadi berpengaruh signifikan ketika di uji secara bersama.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-channel* perbankan (studi pada mahasiswa perbankan syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh) maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah pada mahasiswa perbankan syariah di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa layanan *e-channel* perbankan syariah ini jelas dan mudah di pahami.
2. Kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah pada mahasiswa perbankan syariah di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa mahasiswa cenderung lebih mengikuti trend yang ada tanpa melihat manfaat sesungguhnya yang ditawarkan oleh layanan *e-channel* perbankan syariah
3. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah pada mahasiswa perbankan syariah di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini di karenakan mahasiswa

beranggapan bahwa pihak bank belum memberikan apa yang terbaik buat mereka sehingga kepercayaan terhadap layanan *e-channel* perbankan syariah tidak menarik minat mereka untuk menggunakannya

4. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* perbankan syariah pada mahasiswa perbankan syariah di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak khawatir dan tidak memperlumahkan tingkat keamanan pada layanan *e-channel* perbankan syariah.
5. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda melalui uji F variabel kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan, dan keamanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *e-channel* pada mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diujikan maka akhir dari kajian ini penulis menyampaikan beberapa saran:

1. Bagi Bank Syariah

Pihak bank syariah harus lebih banyak melakukan edukasi mengenai manfaat dan kehandalan bank dalam menjamin kerahasiaan transaksi mereka dalam layanan *e-channel* perbankan syariah, khususnya pada media sosial yang lebih

banyak di kunjungi oleh mahasiswa, sehingga bisa menambah minat mahasiswa untuk melakukan transaksi melalui layanan *e-channel*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto dan Anang F. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: CV. Qiara Media
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Resiko Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking* 6(6), 113-128.
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1980). "Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. Dalam Tjahjono. 2008. Implementasi Model Penerimaan Teknologi Pada Organisasi" *Journal. Kajian Dosen*
- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, in Action Control: From Cognition to Behavior*. NY: Springer- Vrlag
- Algaoud, Latifa, & Lewis. (2001). *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta
- Arifin, Zainul. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Azkia Publisher.
- Artajasa. (2016). *Fintech Penyokong Implementasi Ekonomi Digital di Indonesia*. Channel Edisi 65/juli-desember
- Astia, R., & Baridwan, Z. (2013). Determinan Sikap dan Pengaruhnya Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(1), 1-28.
- Bawono, Anton. (2006). *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press

Candra Ahmadi, Dadang Harmawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Percetakan ANDI

Daniela, Bojan., et all. (2013). *Electronic Banking-Advantages For Financial Services Delivery*. University Cluj-Napoca

Davis, F.D, Bagozzi. R.P. & Warshaw. P.R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982-1003.

Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company

Flavia'n, C. and M. Guinali'u. (2006). Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site. *Industrial Management & Data Systems*. 106 (5). 601-620

Ghozali,Imam. (2001). *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro

_____,(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro

Hartono, J.M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Erlangga

Hikmat, Mahi M. (2011). *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu

<https://cms.brisyariah.co.id/login/> (Diakses, 17 Februari 2020)

<https://ibank.brisyariah.co.id/sms-banking> (Diakses, 17 Februari 2020)

<https://ibank.brisyariah.co.id/internet-banking> (Diakses, 17 Februari 2020)

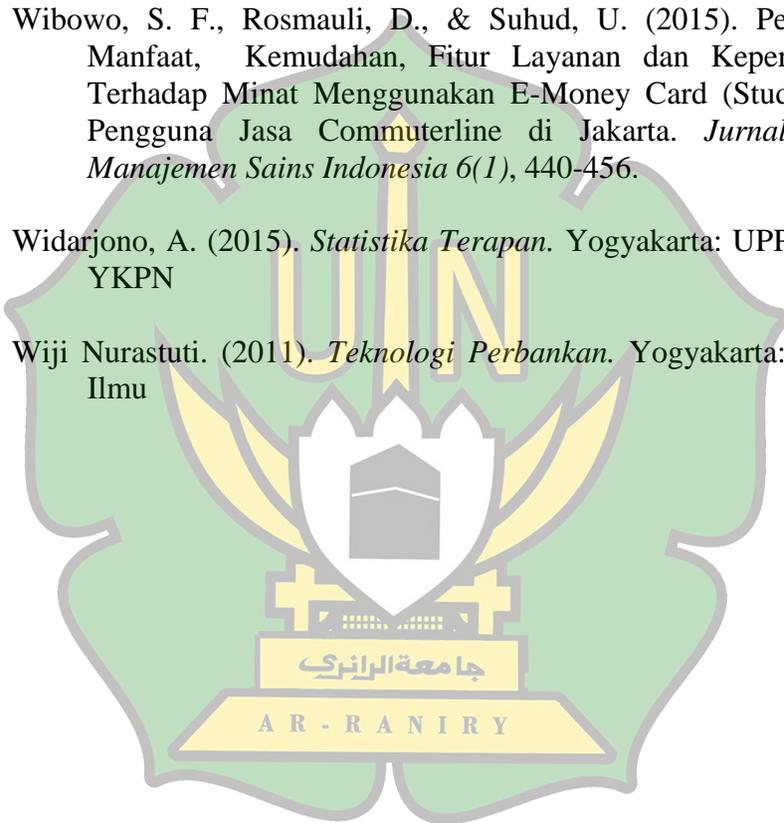
- Ibrahim, Ahmad. (1997). *Family Law In Malaysia*. Singapore: Journal Of Legal Studies.
- Internet World Stats. (2017). Asia Internet Usage Stats Facebook and 2018 Population Statistics. Retrieved January 21, 2018, from <https://www.internetworldstats.com/stats3>.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Kasmir. (2016) *Dasar-dasar Perbankan*. Edisi Revisi 2014. Jakarta: Raja Grasindo Persada
- Kinasih, Albari. (2012). Pengaruh Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Jurnal Siasat Bisnis* 16(1), 25-38
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 14, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks
- Krismiaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi Edisi Keempat*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Lestari, Mia. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perpindahan Merek A (*Brand Switching*) Pada Konsumen Biore Facial Foam (*Facial Fit-Expert*). *Skripsi*.
- Mankiw, N. G., Quah, E., & Wilson, P. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro: Edisi Asia*. Biro Bahasa Alkemis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Ini Dan Analisis Data Skunder*. Jakarta: Rajawali Press
- Muhamad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Park, Sung-Hee. (2007). “*Role of Personal Values In Acceptance of Information Technology*”. Doctoral Dissertation, University of South Carolina.
- Pohan, A. (2011). *Sistem Pembayaran: Strategi dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi* 2(1), 76-88
- Purwanto, Suharyadi. (2009). *STATISTIKA Untuk Ekonomi Keuangan Moderen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, May Fanny Eka, dkk. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* (Studi) Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*. Universitas Telkom.
- Rafidah, I., & Djawoto. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(2) 1-7.
- Riduwan dan Sunarto. (2011). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Rommey, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information Systems, 13th Ed.* New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif; Quantitatif Research Approach*. Sleman: CV Budi Utama.
- Santosa, Budi, Purbayu dan Ashari. (2005). *Analisis Statistika Dengan Microsoft Excel & SPSSI*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputro, B. D., & Sukirno. (2013). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal* 2(1), 36-63.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2010). *Metodelogi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Saripah, Putri, A. A., & Darwin, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Kebermanfaatan, Resiko, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filling Bagi Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Pekanbaru Tampan Tahun 2015. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* 6(2), 134-149
- Sentosa, Sembiring. (2012). *Hukum Perbankan, Edisi Revisi*. Bandung: Mandar Maju.
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____, (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R dan D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____, (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____,(2017). *Metodologi Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta

- Suharso, Puguh. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*. Jakarta: PT. Remaja Rosida Karya.
- Sujarweni V, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Sutan, Remy S. (2014). *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Tindow I.M, Mekel A.P, Sendow M.G. (2014). Disiplin kerja, Motivasi dan Kompensasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Sulut Cabang Calaca, *Jurnal EMBA*, 2(2), 1594-1606
- Tjini, S. S., & Baridwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, kegunaan, Kemudahan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Jurnal Universitas Brawijaya*
- UIN Ar-Raniry. (2020). Retrieved from UIN Ar-Raniry: <http://www.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id>.
- Venkatesh, V, and Davis, F.D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, *Management Sciences*, 46(2), 186-204
- Verhagen, T., & Dolen, W. V. (2007). Explaining Online Purchase Intentions: A Multi-Channel Store Image Perspective. *Serie Research Memoranda No. 8*.

- Warjono, A. (2015). *Statistika Terapan Dengan Exel dan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Waspada, I. (2012). Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 16(1), 122-131.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6(1), 440-456.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Wiji Nurastuti. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu



LAMPIRAN

Lampiran I: Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Penelitian Skripsi dengan Judul :

“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Channel* Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)”

Assalamualaikum wr.wb.

Sehubungan dengan proses penyelesaian karya ilmiah (skripsi). Saya dari jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Saya:

Nama : Puput Novita Sari

NIM : 160603026

Jurusan : Perbankan Syariah

Saya meminta kesediaan mahasiswa/mahasiswi prodi Perbankan Syariah angkatan 2016-2017 untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah disediakan sebagai bahan penelitian dan pengumpulan data dengan sejujurnya. Seluruh data dan informasi yang diberikan responden akan dijaga kerahasiaannya sesuai kode etik. Sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan banyak terimakasih atas perhatian, waktu dan kerja sama Anda.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Puput Novita Sari

Kuesioner Penelitian
ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT PENGGUNAAN E-CHANNEL PERBANKAN
SYARIAH

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry)

A. Identitas Responden

Nama :
Prodi :
Jenis Kelamin :
Umur :
Tahun Angkatan :

B. Petunjuk pengisian

- a. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan intensitas, niat serta dorongan mahasiswa dalam minat penggunaan layanan *E-Channel* Perbankan Syariah
- b. Responden hanya perlu memilih dengan cara mencentang skala yang diberikan dari angka 1 sampai dengan 4. Angka 1 menunjukkan bahwa responden “Sangat Tidak Setuju”, angka 2 “Tidak Setuju”, angka 3 “Setuju”, serta angka 4 “Sangat Setuju” atas pernyataan yang diberikan, semakin besar skala dalam

kuesioner ini menunjukkan tingkat persetujuan responden atas pernyataan yang diberikan.

C. Pengisian Kuesioner Kemudahan (X1)

PERNYATAAN	1	2	3	4
Saya merasa mudah untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan dengan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				
Interaksi saya dengan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah jelas dan dapat dipahami				
Saya merasa fleksibel untuk berinteraksi dengan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				
Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				
Secara keseluruhan, saya merasa <i>e-channel</i> Perbankan Syariah mudah untuk digunakan				

Kebermanfaatan (X2)

PERNYATAAN	1	2	3	4
Dengan penggunaan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah saya dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat				

Dengan penggunaan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah dapat meningkatkan efektivitas pada kegiatan pembayaran saya				
Penggunaan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah dapat meningkatkan produktivitas saya				

Kepercayaan (X3)

PERNYATAAN	1	2	3	4
Bank memiliki pengendalian cukup untuk melindungi data pribadi keuangan nasabah				
Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan nasabah bertransaksi melalui <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				
Saya merasa yakin saat menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				
Saya percaya <i>e-channel</i> Perbankan Syariah memiliki sistem keamanan yang baik				

Keamanan (X4)

PERNYATAAN	1	2	3	4
Saya tidak khawatir tentang keamanan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				
Saya percaya pada kemampuan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah untuk				

melindungi privasi saya				
Permasalahan tingkat keamanan pada <i>e-channel</i> Perbankan Syariah tidak mempengaruhi saya dalam mememanfaatkannya				
Saya tidak khawatir ketika menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				

Minat (Y)

PERNYATAAN	1	2	3	4
Saya akan menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah dalam jangka waktu yang panjang				
Saya tidak berkeberatan untuk menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah dalam melakukan pembayaran				
Saya akan mencoba menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah sebagai pilihan saat melakukan transaksi				
Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan <i>e-channel</i> Perbankan Syariah				

3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3
2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



Lampiran 3: Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	10	12.3	12.3	12.3
	PEREMPUAN	71	87.7	87.7	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-21 tahun	19	23.5	23.5	23.5
	22-23 tahun	62	76.5	76.5	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

ANGKATAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2016	62	76.5	76.5	76.5
	2017	19	23.5	23.5	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

1. Kemudahan (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	32	39.5	39.5	39.5
	setuju	42	51.9	51.9	91.4
	sangat setuju	7	8.6	8.6	100.0
Total		81	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	tidak setuju	20	24.7	24.7	25.9
	setuju	53	65.4	65.4	91.4
	sangat setuju	7	8.6	8.6	100.0
Total		81	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	16	19.8	19.8	19.8
	setuju	56	69.1	69.1	88.9
	sangat setuju	9	11.1	11.1	100.0
Total		81	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	21	25.9	25.9	25.9
	setuju	51	63.0	63.0	88.9

sangat setuju	9	11.1	11.1	100.0
Total	81	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	28	34.6	34.6	34.6
	setuju	44	54.3	54.3	88.9
	sangat setuju	9	11.1	11.1	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

2. Kebermanfaatan (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	10	12.3	12.3	12.3
	setuju	51	63.0	63.0	75.3
	sangat setuju	20	24.7	24.7	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	8	9.9	9.9	9.9
	setuju	55	67.9	67.9	77.8
	sangat setuju	18	22.2	22.2	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	tidak setuju	12	14.8	14.8	14.8
	setuju	56	69.1	69.1	84.0
	sangat setuju	13	16.0	16.0	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

3. Kepercayaan (X3)

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	7	8.6	8.6	8.6
	setuju	62	76.5	76.5	85.2
	sangat setuju	12	14.8	14.8	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	11	13.6	13.6	13.6
	setuju	57	70.4	70.4	84.0
	sangat setuju	13	16.0	16.0	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	8	9.9	9.9	9.9
	setuju	61	75.3	75.3	85.2
	sangat setuju	12	14.8	14.8	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	6.2	6.2	6.2
	setuju	64	79.0	79.0	85.2
	sangat setuju	12	14.8	14.8	100.0
Total		81	100.0	100.0	

4. Keamanan (X4)

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	7	8.6	8.6	8.6
	setuju	61	75.3	75.3	84.0
	sangat setuju	13	16.0	16.0	100.0
Total		81	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	2	2.5	2.5	2.5
	setuju	66	81.5	81.5	84.0
	sangat setuju	13	16.0	16.0	100.0
Total		81	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	tidak setuju	6	7.4	7.4	8.6
	setuju	60	74.1	74.1	82.7

sangat setuju	14	17.3	17.3	100.0
Total	81	100.0	100.0	

X4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	11.1	11.1	11.1
setuju	64	79.0	79.0	90.1
sangat setuju	8	9.9	9.9	100.0
Total	81	100.0	100.0	

5. Minat

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
tidak setuju	50	61.7	61.7	63.0
setuju	28	34.6	34.6	97.5
sangat setuju	2	2.5	2.5	100.0
Total	81	100.0	100.0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	16	19.8	19.8	19.8
setuju	60	74.1	74.1	93.8
sangat setuju	5	6.2	6.2	100.0

Total	81	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	25	30.9	30.9	30.9
	setuju	52	64.2	64.2	95.1
	sangat setuju	4	4.9	4.9	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	1	1.2	1.2	1.2
	tidak setuju	50	61.7	61.7	63.0
	setuju	26	32.1	32.1	95.1
	sangat setuju	4	4.9	4.9	100.0
	Total	81	100.0	100.0	

Lampiran 4: Uji Validitas

1. Kemudahan (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Kemudahan
X1.1	Pearson	1	.517**	.429**	.616*	.882**	.889**
	Correlation				*		
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
X1.2	Pearson	.517*	1	.446**	.488*	.445**	.737**
	Correlation	*			*		
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
X1.3	Pearson	.429*	.446**	1	.380*	.439**	.674**
	Correlation	*			*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
X1.4	Pearson	.616*	.488**	.380**	1	.501**	.763**
	Correlation	*				*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
X1.5	Pearson	.882**	.445**	.439**	.501*	1	.845**
	Correlation				*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81
Kemudahan	Pearson	.889*	.737**	.674**	.763*	.845**	1
	Correlation	*			*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81

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

2. Kebermanfatan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	kebermanf ataan
X2.1	Pearson Correlation	1	,582**	,362**	,806**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	81	81	81	81
X2.2	Pearson Correlation	,582**	1	,586**	,879**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	81	81	81	81
X2.3	Pearson Correlation	,362**	,586**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	81	81	81	81
X2	Pearson Correlation	,806**	,879**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	81	81	81	81

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

3. Kepercayaan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Kepercayaan
X3.1	Pearson Correlation	1	.467**	.663**	.832**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81
X3.2	Pearson Correlation	.467**	1	.546**	.496**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81
X3.3	Pearson Correlation	.663**	.546**	1	.536**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000

	N	81	81	81	81	81
X3.4	Pearson Correlation	.832**	.496**	.536**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	81	81	81	81	81
Keperc	Pearson Correlation	.880**	.772**	.827**	.848**	1
ayaan	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81

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

4. Keamanan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,653**	,461**	,572**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	81	81	81	81	81
X4.2	Pearson Correlation	,653**	1	,413**	,520**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	81	81	81	81	81
X4.3	Pearson Correlation	,461**	,413**	1	,524**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	81	81	81	81	81
X4.4	Pearson Correlation	,572**	,520**	,524**	1	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	81	81	81	81	81
X4	Pearson Correlation	,843**	,787**	,768**	,806**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	81	81	81	81	81

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

5. Minat Pengguna (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Minat Pengguna
Y.1	Pearson Correlation	1	.280*	.412**	.931**	.864**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81
Y.2	Pearson Correlation	.280*	1	.380**	.353**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.001	.000
	N	81	81	81	81	81
Y.3	Pearson Correlation	.412**	.380**	1	.438**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	81	81	81	81	81
Y.4	Pearson Correlation	.931**	.353**	.438**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	81	81	81	81	81
Minat Pengguna	Pearson Correlation	.864**	.622**	.713**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N		81	81	81	81	81

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

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

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

X₃

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	4

X₄

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	4

Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52632223
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.059
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		.470 ^d
99% Confidence Interval		
	Lower Bound	.457
	Upper Bound	.483

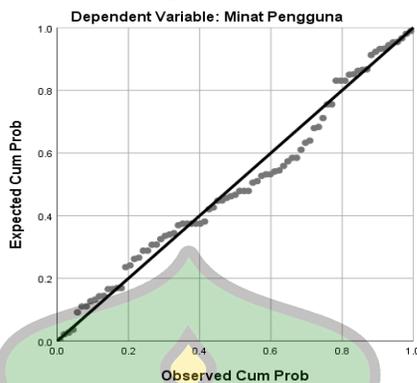
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.690	1.786			2.066	.042		
	Kemudahan	.209	.086	.286		2.419	.018	.740	1.351
	Kebermanfaatan	.105	.143	.086		.733	.466	.744	1.344
	Kepercayaan	-.123	.132	-.118		-.934	.353	.650	1.538
	Keamanan	.351	.148	.301		2.372	.020	.642	1.559

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

3. Autokorelasi

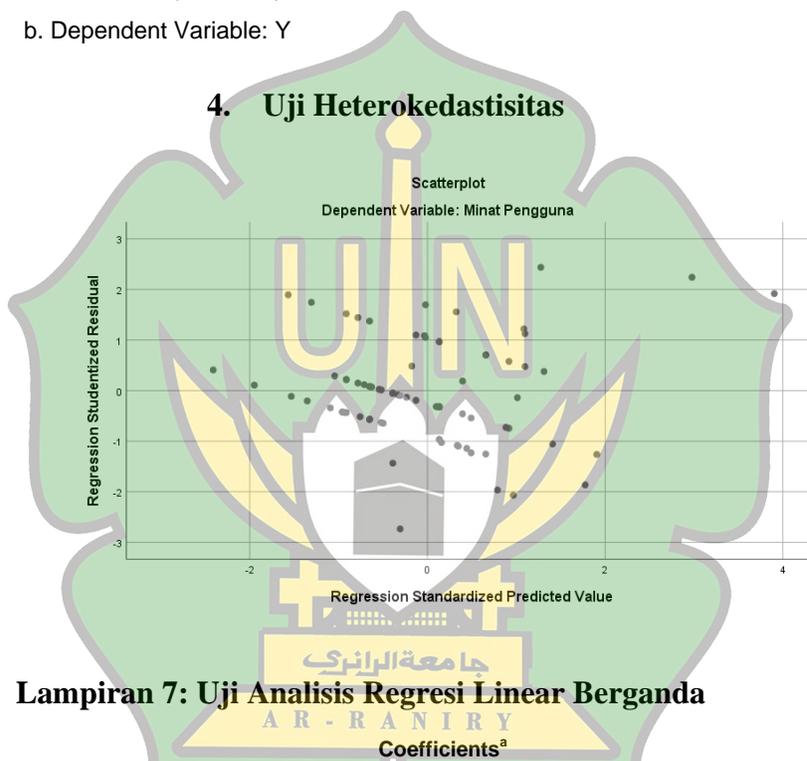
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,857 ^a	,735	,721	,770	2,321

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

4. Uji Heterokedastisitas



Lampiran 7: Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,690	1,786		2,066	,042
Kemudahan	,209	,086	,286	2,419	,018
Kebermanfaatan	,105	,143	,086	,733	,466
Kepercayaan	-,123	,132	-,118	-,934	,353
Keamanan	,351	,148	-,301	2,272	,020

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,690	1,786		2,066	,042
Kemudahan	,209	,086	,286	2,419	,018
Kebermanfaatan	,105	,143	,086	,733	,466
Kepercayaan	-,123	,132	-,118	-,934	,353
Keamanan	,351	,148	-,301	2,272	,020

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	50,985	4	12,746	5,198	,001 ^b
Residual	186,373	76	2,452		
Total	237,358	80			

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

b. Predictors: (Constant), Keamanan, Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

Lampiran 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.463 ^a	.215	.173	1.566

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Kebermanfaatan, Kemudahan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat Pengguna