

SKRIPSI

**PENGARUH MANFAAT PENGGUNAAN, KEMUDAHAN
PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWA (STUDI PADA SIAKAD
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN AR-RANIRY)**



Disusun Oleh:

**EVA MARETNA
NIM. 160602011**

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eva Maretina
NIM : 160602011
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini saya

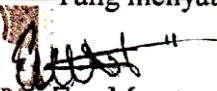
1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan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

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan 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, 6 Januari 2021

Yang menyatakan,


Eva Maretina



PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)

Disusun Oleh:

Eva Maretna
NIM. 160602011

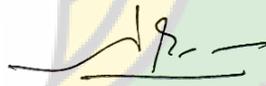
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry

Pembimbing I



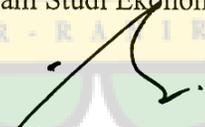
Dr. Ahmad Nizam, SE., MM
NIP. 196609201993031003

Pembimbing II



Irham Fahmi, SE., MSi
NIP. 197212272008121001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Dr. Nilam Sari, M. Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan,
Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan mahasiswa (Studi Pada
Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Ar-Raniry)**

Eva Maretina
NIM. 160602011

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: Rabu, 6 Januari 2021 M
22 Jumadil Awal 1442 H

Banda Aceh

Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua

Dr. Ahmad Nizam, SE., MM
NIP. 196609201993031003

Sekretaris

Irham Fahmi, SE., MSi
NIP. 197212272008121001

Penguji I

Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIP. 197505152006041001

Penguji II

Hafidhah, SE., M. Si., Ak, CA
NIDN. 2012108203

Mengetahui

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

Dr. Zaki Fuad, M. Agk
NIP. 19640314199203100





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

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

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Eva Maretna

NIM : 160602011

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : maretna25@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 KKKU Skripsi

Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 6 Januari 2021

Penulis

Eva Maretna
NIM. 160602011

Mengetahui

Pembimbing I

Dr. Ahmad Nizam, SE., MM
NIP. 196609201993031003

Pembimbing II

Irham Fahmi, SE., MSi
NIP. 197212272008121001

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Seindah apapun rencana, Allah tetap punya kuasa”



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah *subhanahu wa ta'ala* Tuhan pencipta dan pemelihara semesta alam, karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi pada Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)”.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan dan kesilapan. Penulis juga banyak mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad Chalil, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE, Ak., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Hafizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E dan Mursalmina, ME selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Ahmad Nizam, SE., MM selaku pembimbing I dan Irham Fahmi, SE., M.Si selaku pembimbing II yang

- selalu bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM dan Hafidhah, SE, Ak., M.Si selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi jauh lebih baik.
 6. Dr. Azharsyah, S.E. Ak., M.S.O.M. selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah. Terima kasih juga kepada seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
 7. Orangtua tercinta dan terkasih ayahanda Bukhari dan ibunda Julaini yang telah membesarkan, mendidik, dan mengorbankan segalanya dalam menuntut ilmu serta memberikan nasehat dan doa restu serta dukungan dan jasa yang tidak ternilai harganya yang telah diberikan selama ini. Teruntuk abang naufal yang telah memberikan semangat serta motivasi dalam menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan penulisan ini guna untuk memperoleh gelar sarjana dan ilmu yang diperoleh berguna bagi seluruh umat di muka bumi ini.
 8. Teman-teman saya Kuntum, Pipi, Qarri, Ocha, Tata, Rizqa, Raisha, Maula dan Reva yang banyak membantu serta teman-teman sejurusan Ekonomi Syariah, terima

kasih banyak atas semangat, masukan, waktu dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Dan semoga tugas akhir ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 18 Desember 2020

Penulis,

Eva Maretna

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

kaifa : كيف

hauला : هول

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 / ي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Talḥah : طَلْحَةَ

Catatan:

Modifikasi

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

Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Eva Maretina
NIM : 1606002011
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)
Pembimbing I : Dr. Ahmad Nizam, SE., MM
Pembimbing II : Irham Fahmi, SE., M.Si\

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pengguna (Studi pada Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry). Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data yang dipakai adalah data primer dengan mengedarkan pertanyaan melalui *google form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara secara simultan variabel *Technology Acceptance Model* (TAM) yang terdiri dari manfaat penggunaan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan persepsi risiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam penggunaan siakad mahasiswa. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Kata Kunci : Manfaat penggunaan, Kemudahan penggunaan, Persepsi risiko, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KAYRA ILMIAH.	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
LEMBAR PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional)	6
1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis).....	7
1.5 Sistematika Pembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	9
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2 Manfaat Penggunaan	12
2.2.1 Pengertian Manfaat Penggunaan.....	12
2.2.2 Indikator Manfaat penggunaan	14
2.3 Kemudahan Penggunaan.....	14
2.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	14
2.3.2 Indikator Kemudahan Penggunaan	16
2.4 Persepsi Risiko	16
2.2.1 Pengertian Persepsi Risiko.....	16

2.4.2 Indikator Persepsi Risiko	17
2.5 Penelitian Terkait	18
2.6 Kerangka Berfikir	22
2.6.1 Hubungan manfaat penggunaan terhadap kepuasan pelanggan	22
2.6.2 Hubungan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan	23
2.6.3 Hubungan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan	23
2.6.4 Hubungan variabel TAM terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.7 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Jenis Data Penelitian.....	27
3.3 Teknis Pengumpulan Data	28
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	29
3.5 Operasional Variabel	30
3.6 Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.1 Uji Normalitas.....	34
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.7.3 Uji Multikolinearitas	35
3.8 Uji Hipotesis.....	35
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
3.8.3 Uji Simultan (Uji F)	38
3.8.4 Uji Parsial (Uji t).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Karakteristik Responden	40
4.2 Analisis Data	41
4.2.1 Variabel Kepuasan Pelanggan	41
4.2.2 Variabel Manfaat Penggunaan	43
4.2.3 Variabel Kemudahan penggunaan	44

4.2.4 Variabel Persepsi Risiko	45
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
4.3.1 Uji Validitas	47
4.3.1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko	50
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1 Uji Normalitas.....	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	53
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	54
4.5 Pengujian Hipotesis	55
4.5.1 Uji Simultan (Uji-F)	55
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.5.3 Uji Parsial (Uji t).....	57
4.6 Pembahasan	60
4.6.1 Pengaruh Manfaat Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.6.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.6.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
4.6.4 Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pelanggan	65
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	20
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Untuk Variabel Manfaat Penggunaan	43
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Untuk Variabel Kemudahan Penggunaan	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Untuk Variabel Persepsi Risiko	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Penggunaan	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.11 Output Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov- Smirnov Test.....	52
Tabel 4.12 Nilai Variance Inflation Factor (VIF).....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Output SPSS Uji-F (Simultan).....	56
Tabel 4.15 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2)..	57
Tabel 4.16 Hasil Output SPSS Uji-t (Parsial).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... 25



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan zaman dan membuat perubahan besar dalam kehidupan. Teknologi informasi sudah menjadi salah satu aspek penting dalam berbagai kegiatan yang dilakukan manusia termasuk pekerjaan. Kemajuan teknologi informasi semakin mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas dan dapat menghemat waktu. Internet memiliki peran utama dalam membantu manusia memperoleh berbagai informasi di era globalisasi. Informasi dari berbagai penjuru dunia menjadi mudah diakses dengan adanya teknologi informasi dan internet tanpa batasan waktu karena penggunaanya dapat terhubung melalui sistem komputer secara global. Saat ini teknologi informasi menjadi salah satu media utama yang diandalkan oleh beberapa instansi pendidikan tinggi untuk menunjang efektifitas, produktifitas, dan efisiensi dalam memberikan pelayanan (Putut, Taruk, Havaluddin, Palpahan dan Setyabudi, 2018).

Salah satu kegiatan instansi pendidikan tinggi yang memanfaatkan teknologi informasi adalah dengan adanya penyediaan pelayanan web bagi mahasiswa. Pelayanan web dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang menyediakan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi pribadi dan data-data pribadi

yang terhubung dengan jaringan internet. *World Wide Web* atau yang lebih dikenal dengan sebutan WEB didefinisikan sebagai suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen yang digunakan sebagai media untuk menampilkan informasi atau akses penting yang telah disediakan sebagai sebuah pelayanan melalui media elektronik (Yuniko dan Putra, 2017). Salah satu media elektronik yang menyediakan pelayanan web adalah portal mahasiswa.

Portal juga dapat didefinisikan sebagai sebuah manajemen pelayanan teknologi informasi yang disediakan sesuai dengan kebutuhan organisasi atau instansi sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya (Adelia dan Surendro, 2015). Setiap instansi pendidikan tinggi akan menyediakan layanan portal dengan kualitas yang bisa diandalkan dalam kinerja dan bisnis. Penyediaan layanan ini bertujuan untuk mempermudah mahasiswa dalam mengakses data pribadi dan layanan kampus lainnya yang telah disediakan. Dengan adanya layanan portal ini mahasiswa akan semakin mudah menjangkau segala keperluan perkuliahnya seperti pengecekan nilai, pengisian jadwal kuliah dan segala akses informasi lainnya yang dibutuhkan mahasiswa tanpa ada batasan waktu dan tempat.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa tertentu tergantung pada beberapa faktor seperti besarnya biaya untuk berpindah ke produk barang atau jasa yang lain, adanya mutu pelayanan yang baik, tingkat risiko yang terjadi dari layanan tersebut rendah dan kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Widjaja, 2016). Mahasiswa sebagai pelanggan

akan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi jika penggunaan portal dapat memberikan manfaat yang baik. Kemudahan penggunaan juga menjadi salah satu aspek penting yang menjadi penentu dari kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan yang disediakan. Pelanggan akan memiliki kepuasan yang tinggi jika suatu layanan jasa yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan (Savitri dkk, 2017). Dalam penggunaan portal mahasiswa akan merasa puas jika portal tersebut mudah dalam penggunaannya. Persepsi risiko juga menjadi aspek penentu dalam melihat kepuasan pelanggan, seorang akan merasa senang atau kecewa setelah membandingkan hasil produk yang diharapkan dengan yang didapatkan (Kotler dan Armstrong, 2012). Apabila risiko yang didapat lebih tinggi dibandingkan yang diharapkan maka konsumen akan memiliki tingkat kepuasan yang rendah terhadap sebuah layanan. Penelitian Laksana, Endang, dan Rizki (2015) mendapatkan hasil bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan pelayanan jasa, hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2013) yang menyatakan bahwa pelayanan akademik kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan.

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yang mengadopsi *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teori dari teknologi informasi yang berupa web portal.

Teori TAM dikemukakan oleh Davis (1989), sebagai sebuah teori sistem informasi yang disusun untuk menjelaskan bagaimana persepsi pengguna internet dan bagaimana pemahamannya dalam menggunakan teknologi informasi. TAM juga didefinisikan sebagai salah satu model penelitian yang dirancang untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. TAM digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan dalam pengambilan keputusan pada penggunaan portal. TAM adalah salah satu teori paling umum yang digunakan untuk menjelaskan kepuasan mahasiswa sebagai pengguna siacad.

Menurut Davis (1989) model penerimaan teknologi TAM tersusun atas dua faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan sistem yaitu manfaat penggunaan dan kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat penggunaan didefinisikan sebagai tingkatan manusia yang cenderung menggunakan teknologi dan tingkatan manusia terhadap penggunaan teknologi tersebut dimana teknologi yang digunakan dapat meningkatkan kualitas pekerjaan dan sebagainya. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkatan manusia sebagai pengguna teknologi percaya bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan sistem tersebut dipercaya terbebas dari kesulitan dalam penggunaannya.

Salah satu instansi Pendidikan tinggi yang menyediakan pelayanan portal adalah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Portal atau yang di sebut siacad dapat digunakan oleh seluruh mahasiswa UIN

Ar-Raniry yang masih aktif. Siacad mahasiswa UIN Ar-Raniry adalah salah satu web yang menyediakan layanan mahasiswa dalam mengakses berbagai kepentingan mahasiswa, seperti pengecekan nilai, pengisian jadwal kuliah, dan beberapa aspek penting lainnya juga di muat dalam portal tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dengan judul **“Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi pada Siacad Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah manfaat penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Apakah manfaat penggunaan, kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pada

penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh manfaat penggunaan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Pengaruh persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Pengaruh manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis (Operasional)

Adapun manfaat praktis (operasional) dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswa dan pengajar mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan siacad Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dalam peningkatan kualitas pelayanan.

1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis)

Adapun manfaat teoritis (akademis) dalam penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan bagi akademisi mengenai pengaruh manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi sumber perbandingan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang terjadi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu yang terkait yang digunakan sebagai acuan teori untuk menunjang penelitian yang dilakukan serta memuat hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan mengenai hasil temuan dan menjelaskan implikasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkatan sejauh mana kualitas produk atau layanan mencapai harapan konsumen, yang berasal dari perbandingan antara hasil produk atau jasa yang diharapkan dengan hasil produk atau jasa yang sebenarnya diperoleh pelanggan. Jika produk atau layanan yang disediakan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan puas dengan produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2012). Kepuasan pelanggan merupakan kesan baik atau buruk yang diterima pelanggan yang berasal dari perbandingan terhadap suatu produk atau layanan yang diharapkannya (Savitri dkk, 2017). Menurut Parasuraman, dkk (1988) kepuasan pelanggan *“is a customer’s perception of a single service experience”* yang berarti bahwa kepuasan adalah suatu persepsi pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang dialaminya.

Tjiptono dan Diana (2015), mengemukakan kepuasan pelanggan adalah konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Contohnya seperti dalam filosofi pemasaran, kepuasan pelanggan dinilai sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi sebelum membeli suatu produk atau

menggunakan suatu jasa dengan setelah membeli produk atau menggunakan jasa. Penggunaan barang atau jasa yang telah dikonsumsi, akan menimbulkan perasaan senang, puas, atau kecewa. Hal tersebut akan jadi hasil penilai puas atau ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu jasa atau barang. Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan atau perasaan seseorang pada penilaian terhadap pengalaman suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi. Kotler dan Keller (2015) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap harapan mereka.

Etika sangat diperlukan dalam menentukan kepuasan pelanggan, dengan etika yang baik akan membuat pelanggan lebih nyaman. Dalam ekonomi Islam kepuasan pelanggan adalah tingkat perbandingan antara harapan untuk produk atau layanan yang sesuai dengan syariah (Fitri dkk, 2019). Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian layanan kualitas yang terbaik dalam perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islami yang kokoh dimana dasar tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Dalam Islam seseorang dikatakan puas manakala kebutuhan mereka akan suatu produk atau jasa dapat memberikan manfaat tertentu dalam kehidupan yang telah

terpenuhi dan memiliki nilai ibadah dihadapan Allah SWT juga dalam proses pencapaiannya sesuai dengan ajaran Islam (Wahyuningsih dan Nurul, 2018).

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan pelanggan. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Oleh karena itu apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan pelanggan tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi (Wahyuningsih, 2018).

Sidharta dan Suzanto (2015) menyatakan bahwa pelanggan akan puas jika kebutuhannya terpenuhi, diantara faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

1. Harga konsumen yang sensitif, bagi pelanggan harga yang murah merupakan faktor kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan nilai uang yang tinggi.
2. Kualitas produk, pelanggan akan memberikan persepsi kepuasan terhadap suatu produk atau jasa setelah mengkonsumsinya dan apabila kualitas produknya baik.

3. Kualitas pelayanan, kualitas pelayanan juga menjadi acuan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.
4. Kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan akan merasa puas jika produk dan jasa yang mereka butuhkan relatif mudah ditemukan dan tidak mengalami kesulitan.

2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Amstrong (2012) menyebutkan ada beberapa indikator dalam kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut :

1. Menciptakan *Word-of-Mouth* : dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
2. Pelanggan merasa senang dan tidak menyesal karena sudah membeli produk tersebut.
3. Keinginan kecil untuk membuat keluhan.
4. Kepuasan, perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang didapatkan.

2.2 Manfaat Penggunaan

2.2.1 Pengertian Manfaat Penggunaan

Manfaat penggunaan adalah persepsi penggunaan dimana sejauh mana seseorang percaya dengan menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan kualitas pekerjaan atau kegiatannya. Suatu media teknologi akan digunakan oleh seseorang jika

dianggap teknologi tersebut memiliki manfaatnya dan sebaliknya jika teknologi dianggap tidak memiliki manfaat maka seseorang tidak akan menggunakannya (Oentario, dkk, 2017). Manfaat penggunaan merupakan suatu indikator dari seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap teknologi yang digunakan untuk membantu aktivitasnya.

Manfaat penggunaan juga diartikan sebagai kepercayaan individu akan manfaat yang ditimbulkan dari penggunaan suatu media teknologi (Laksana dkk, 2015). Menurut Endang (2015) manfaat sistem penggunaan berkaitan dengan berbagai aspek, dan dalam persepsi manfaat penggunaan ini membentuk sebuah kepercayaan untuk melakukan pengambilan sebuah keputusan apakah jadi menggunakan teknologi informasi atau tidak. Jadi apabila sistem teknologi informasi tersebut dipercaya oleh seseorang berguna maka orang tersebut akan menggunakannya, dan sebaliknya jika sistem teknologi informasi tidak dipercaya berguna maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Menurut Budiantara, dkk (2019) persepsi manfaat penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang mempercayai dan merasakan dengan menggunakan teknologi sangat membantu dan meningkatkan manfaat yang dicapainya. Manfaat yang dirasakan itu bisa didapatkan ketika seseorang konsumen merasa mudah untuk berinteraksi dengan *website*. Davis (1989) mengemukakan bahwa manfaat penggunaan adalah kemungkinan yang terjadi mengenai seseorang yang akan menggunakan aplikasi

atau sistem teknologi informasi tertentu dapat meningkatkan prestasi dalam organisasi atau hal lainnya.

2.2.2 Indikator Manfaat penggunaan

Davis (1989) menyebutkan beberapa indikator yang paling baik dan praktis yang terdapat dalam manfaat penggunaan, diantaranya sebagai berikut :

1. *Improve job performance* (meningkatkan kinerja pekerjaan)
2. *Effectiveness* (efektifitas)
3. *Make job easier* (mempermudah pekerjaan)
4. *Usefull* (bermanfaat)

2.3 Kemudahan Penggunaan

2.2.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana individu percaya bahwa dalam menggunakan media teknologi tidak menyulitkannya atau tidak memerlukan usaha yang besar, yang artinya mudah untuk digunakan (Laksana dkk, 2015). Menurut Endang (2015) kemudahan penggunaan adalah pengguna meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah dalam penggunaannya, sehingga tidak memerlukan usaha yang keras dan terhindar dari kesulitan. Kemudahan penggunaan juga dijelaskan sebagai suatu tingkatan bahwa kemudahan dalam penggunaan akan mengurangi kesulitan dan usaha (tenaga dan waktu) seseorang dalam proses mempelajari komputer. Kemudahan penggunaan ini memberikan

peluang bahwa orang yang menggunakan teknologi informasi akan lebih mudah dalam melakukan pekerjaannya dibandingkan dengan yang tidak menggunakan teknologi informasi. Kemudahan penggunaan merupakan salah satu bagian penting untuk menerima sistem informasi karena dasar dari penggunaan sistem. Sebuah sistem yang sulit digunakan akan dianggap kurang bermanfaat oleh pengguna (Budiantara dkk, 2019).

Davis (1989) mengemukakan bahwa kemudahan penggunaan sebagai tingkatan dimana pengguna percaya bahwa suatu sistem teknologi mudah digunakan dan tidak harus mengeluarkan usaha yang lebih. Kemudahan penggunaan juga didefinisikan sebagai tingkatan dimana suatu aplikasi atau teknologi informasi dianggap lebih mudah dipahami dan digunakan, sehingga pengguna tidak harus mengeluarkan usaha yang besar dalam mengoperasikan aplikasi tersebut serta sebuah sistem informasi tertentu juga memberikan kemudahan dalam melakukan sesuatu (Loana dan Tileng, 2016). Arriskoni (2019) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebuah persepsi pengguna yang mengacu pada sejauh mana pengguna merasakan efek dari kemajuan teknologi informasi yang digunakannya. Kemudahan tersebut dapat berupa kemudahan dalam mengakses suatu situs tertentu, memahami penggunaan internet dan mudah dalam penggunaannya.

2.3.2 Indikator Kemudahan Penggunaan

Beberapa indikator yang disebutkan Davis (1989) dalam kemudahan penggunaan antara lain sebagai berikut :

1. Mudah dalam menggunakannya
2. Mudah untuk mengembangkan kemampuan/keterampilan
3. Mudah untuk dipelajari
4. Dapat mengerjakan pekerjaan yang ditargetkan dengan mudah

2.4 Persepsi Risiko

2.2.1 Pengertian Persepsi Risiko

Persepsi risiko adalah persepsi seseorang mengenai suatu teknologi informasi yang digunakannya yang memiliki potensi ketidakpastian (Oentario dkk, 2017). Persepsi risiko juga dapat didefinisikan sebagai pandangan secara tidak langsung seseorang terhadap ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang akan terjadi ketika melakukan suatu kegiatan (Laksana dkk, 2015). Persepsi risiko merupakan konsekuensi negatif yang konsumen ingin hindari ketika membeli atau menggunakan suatu layanan (Bakkara dan Candra, 2020).

Ashur (2016) mengemukakan bahwa persepsi risiko merupakan keyakinan subjektif individu tentang potensi konsekuensi negatif dari keputusan yang diambil oleh konsumen. Persepsi risiko juga dapat didefinisikan sebagai suatu pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dialami oleh seseorang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konsekuensi-

konsekuensi negatif lainnya yang dapat diterima atas penggunaan produk atau jasa. Dan Oktavianingrum dkk, (2015) juga mengemukakan bahwa persepsi risiko merupakan suatu kemungkinan masalah yang akan diperoleh oleh seorang pelanggan dikarenakan berasal dari keputusan yang tidak pasti.

Persepsi risiko juga diartikan sebagai pendapat seseorang mengenai kemungkinan konsekuensi negatif dari suatu keputusan penggunaan yang di ambil. Tingkat risiko yang diterima seseorang akan mempengaruhi keputusan seseorang dalam lakukan suatu kegiatan (Rahmatika dan Fajar, 2019).

2.4.2 Indikator Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu ketidakpastian yang harus diterima oleh konsumen ketika mereka tidak dapat mengetahui akibat atau konsekuensi yang akan terjadi atas keputusan yang diambil dalam melakukan suatu kegiatan atau penggunaan suatu jasa (Yusnidar dkk, 2014). Berikut adalah beberapa indikator risiko:

1. Risiko produk
2. Risiko transaksi
3. Risiko psikologis
4. Risiko keamanan

Kekhawatiran yang timbul pada pelanggan yang mungkin terjadi selama menggunakan layanan atau setelah penggunaannya.

2.5 Penelitian Terkait

Penelitian terkait pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai pembahasan yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang mungkin pernah diteliti sebelumnya. Dalam jurnal yang ditulis oleh David, Hatane dan Edwin (2013) mengenai pengaruh penerimaan nasabah terhadap layanan *mobile banking* dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model* dan *theory of reasoned action* dengan objek penelitian nasabah bank yang menggunakan *mobile banking*, sebanyak 210 sampel dan menggunakan metode *nonprobability sampling*. variabel yang digunakan di antaranya, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward use*, dan *behavior intention* dengan hasil penelitian berpengaruh positif dan signifikan.

Pada tahun yang sama Rahmawati (2013) melakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa, objek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada program kelas internasional jurusan Pendidikan Akuntansi dengan sampel sebanyak 64 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, dan hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa puas terkait kurikulum, proses pembelajaran, dan sarana yang disediakan.

Laksana, Endang, dan Rizki (2015) melakukan penelitian dengan tujuan menganalisis pengaruh persepsi-persepsi nasabah terhadap minat menggunakan *m-banking*. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kuantitatif dimana nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai populasi, dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan kriteria khusus. Variable dalam penelitian ini di antaranya adalah persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian, dengan hasil menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko, dan persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Pada tahun selanjutnya Yudianto, Agung, dan Jenny (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh *usefulness, ease of use, risk* terhadap *intention buy online patisserie* melalui *consumer attitude* berbasis media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, dan menggunakan *nonprobability sampling* karena populasi tidak diketahui dengan pasti. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness, ease of use* dan *risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer attitude*, dan *consumer attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to buy online*.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Peneliti	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	David Kurniawan, Hatane Samuel, Edwin Japrianto (2013)	Variabel manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen	Pendekatan kuantitatif, 200 sampel, teknik <i>nonprobability sampling</i> .	Meneliti tentang pengaruh TAM terhadap sikap pengguna layanan jasa.	Penelitian terdahulu mengkaji tentang penerimaan nasabah terhadap layanan <i>Mobile Banking</i> dengan menggunakan TAM, sedangkan penelitian saat ini mengkaji tentang penggunaan TAM terhadap kepuasan dan sikap konsumen.
2	Diana Rahmawati (2013).	Penelitian ini menemukan bahwa seluruh indikator dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa berada dalam satu	Pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner.	Meneliti mengenai kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik universitas.	Penelitian sebelumnya mengkaji kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan kampus secara keseluruhan, sedangkan penelitian sekarang mengkaji tentang

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		kategori tingkat kepuasan yaitu dalam kategori puas.			kepuasan mahasiswa terhadap layanan portal.
3	Giga Bawa Laksana , Endang siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara (2015).	Variabel persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian secara terpisah (parsial) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.	Pendekatan kuantitatif, 100 sampel dan menggunakan regresi linear berganda.	Terdapat variabel kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan persepsi risiko sebagai variabel independent.	Meneliti tentang minat penggunaan sedangkan penelitian ini untuk melihat kepuasan pelanggan dan sikap konsumen.
4	Yudianto Oentario, Agung Harianto, Jenny Irawati (2017).	Persepsi manfaat penggunaan , persepsi kemudahan penggunaan , dan persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan	Penelitian kuantitatif, menggunakan 100 sampel, teknik analisa data yang digunakan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).	Meneliti tentang hubungan antara manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap niat beli dan sikap	Responden penelitian yang dilakukan pada situs teknologi yang berbeda.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Peneliti	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		signifikan terhadap <i>consumer attitude</i> , dan <i>consumer attitude</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to buy online</i> .		konsumen.	

Sumber: Data diolah (2021)

2.6 Kerangka Berfikir

2.6.1 Hubungan manfaat penggunaan terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan manfaat penggunaan dengan kepuasan pelanggan, persepsi manfaat penggunaan adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dimana teknologi tersebut dapat membawa maanfaat dalam meningkatkan kualitas kerja (Davis,1989). Dalam penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap bagaimana kepuasan pelanggan atau mahasiswa dalam menggunakan layanan portal yang disediakan oleh Universitas. Dalam penelitian Rahmawati (2013), pelayanan akademik kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan.

2.6.2 Hubungan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan kemudahan penggunaan dengan kepuasan pelanggan, persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana individu yakin bahwa dalam menggunakan teknologi tidak menyulitkan, artinya mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang begitu besar dan terhindar dari kesulitan (Laksana dkk, 2015). Kemudahan dalam teknologi adalah apabila teknologi tersebut dan meringankan beban pengguna salah satunya dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Kemudahan penggunaan sangat dibutuhkan dalam sebuah pelayanan akademik, dimana mahasiswa akan dipermudah dalam mengakses berbagai hal yang berkaitan dengan kegiatan belajarnya.

Dalam penelitian ini persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan portal sebagai layanan yang disediakan oleh kampus. Dalam penelitian Muntianah dkk (2012), kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan teknologi, dimana dapat diartikan mahasiswa merasa puas dengan penggunaan sebuah teknologi. Jadi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.6.3 Hubungan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan

Hubungan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan, menurut Aribowo dan Nugroho (2013), persepsi risiko merupakan

pendapat seseorang mengenai risiko yang mungkin akan terjadi pada pelanggan. Sebuah ketidakpastian dan konsekuensi besar yang bersifat negatif yang mungkin akan didapat ketika menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai suatu keputusan pelanggan dalam menentukan sikap dan menilai suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui kualitas, nilai serta pelayanan. Untuk mendapatkan kepuasan terbaik dari pelanggan dapat diberikan dengan menyediakan kualitas, nilai dan pelayanan terbaik (Lovelock dan Wirtz, 2011). Jadi kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam penelitian ini persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan portal mahasiswa. Dalam penelitian Putra dkk (2016), persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan. Dalam penggunaan siacad apabila risiko yang didapatkan lebih tinggi maka mahasiswa akan merasa kurang percaya dan tidak puas dalam penggunaan layanan tersebut.

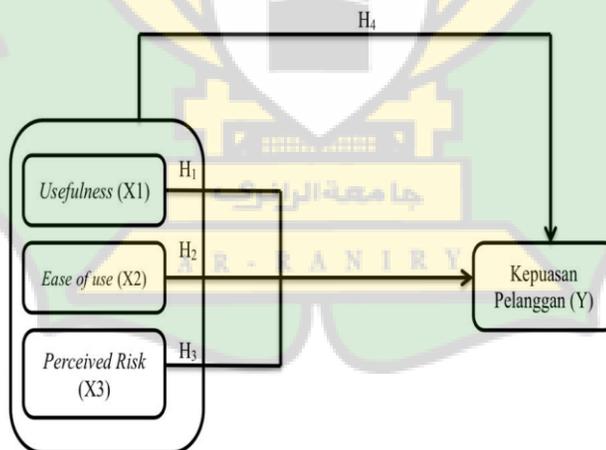
2.6.4 Hubungan variabel TAM terhadap Kepuasan Pelanggan

Hubungan manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan

pelanggan adalah penilaian emosional pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapan (Daryanto dan Setyobudi, 2014). Kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui kemudahan dan manfaat dalam menggunakan suatu jasa serta persepsi risiko yang terdapat dalam jasa yang disediakan.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian diatas, maka kerangka berfikir yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini yaitu seperti yang disajikan dalam gambar.

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir



Sumber: Data diolah (2021)

2.7 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan latar belakang penelitian, rumusan masalah dan kerangka berfikir, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_1 : adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan terhadap variabel kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. H_2 : adanya pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. H_3 : adanya pengaruh dari variabel persepsi risiko terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. H_4 : adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dimana Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, dan analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono: 2018, 14).

3.2 Jenis Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, peneliti mendapatkan data atau informasi langsung menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer yang diperoleh peneliti adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menjadi pengguna layanan siakad.

3.3 Teknis Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuesioner

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik angket. Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan atau menggunakan beberapa pertanyaan tertulis dan jawabannya juga dalam bentuk tertulis, yaitu dalam bentuk isian atau simbol atau tanda. Kuesioner penelitian ini dibagikan kepada responden yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk menjawab pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk mengukur respon seseorang atau tanggapan seseorang mengenai kegiatan yang dilakukan dan mempunyai pengukuran dari sangat baik sampai dengan buruk (Sugiyono: 2018, 20). Dengan menggunakan skala *likert* responden akan mengidentifikasi sikap mereka dengan memberikan tanggapan seberapa besar responden setuju dan tidak setuju dengan pertanyaan yang terstruktur dan hati-hati. Skala *likert* akan menunjukkan hasil sikap responden dari yang sangat positif sampai sangat negatif (Zikmund dan Babin, 2013). Adapun pengukuran skala *likert* dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Instrumen Skala Likert

No.	Keterangan		Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber : Zikmund dan Babin (2013)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang menggunakan portal sebanyak 2153. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono: 2018, 81). Penelitian ini menggunakan simple random sampling dalam pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak. (Hair: 2010, 101) mengemukakan bahwa jumlah sampel tidak dapat di analisis jika kurang dari 50 sampel, maka sampel sebaiknya berjumlah 100 atau lebih. Merujuk pada pendapat Hair, maka penentuan sampel dalam

penelitian ini yaitu dengan banyaknya jumlah sampel yang menjadi responden disesuaikan dengan jumlah indikator yang terdapat dalam kuesioner, dengan asumsi jumlah indikator dikalikan dengan 5 sampai dengan 10 ($n \times 5 \leq d \leq 10$). Jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan rumus Hair adalah $6 \times 16 = 96$ sampel dan dibulatkan menjadi 100.

3.5 Operasional Variabel

1. Variabel bebas (*Independent Variabel*) yang disimbolkan dengan X.

Yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain (*dependent* variabel atau terikat). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat penggunaan (X_1)
- b. Kemudahan penggunaan (X_2)
- c. Persepsi risiko (X_3)

2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) yang disimbolkan dengan Y.

Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain (*Independent variabel* atau variabel bebas). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dalam menggunakan siacad. Kepuasan pelanggan (Y) adalah tingkat kesesuaian layanan siacad yang diharapkan dengan kenyataan yang diperoleh.

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Manfaat penggunaan (X ₁)	Manfaat penggunaan adalah kemungkinan yang terjadi mengenai seseorang yang akan menggunakan aplikasi atau sistem teknologi informasi tertentu dapat meningkatkan prestasi dalam organisasi atau hal lainnya (Davis, 1989)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Improve job performance</i> (meningkatkan kinerja pekerjaan) 2. <i>Effectiveness</i> (efektifitas) 3. <i>Make job easier</i> (mempermudah pekerjaan) 4. <i>Usefull</i> (bermanfaat) (Davis,1989). 	Likert 1-5
Kemudahan penggunaan (X ₂)	Kemudahan penggunaan adalah tingkatan dimana pengguna percaya bahwa suatu sistem teknologi mudah digunakan dan tidak harus mengeluarkan usaha yang lebih (Davis,1989)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dalam menggunakannya 2. Mudah untuk mengembangkan kemampuan/keterampilan 3. Mudah untuk dipelajari 4. Dapat mengerjakan pekerjaan yang ditargetkan dengan mudah (Davis, 1989). 	Likert 1-5
Persepsi risiko(X ₃)	Persepsi risiko adalah kejadian yang tidak diinginkan dan dihindari pengguna pada saat menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko Produk 2. Risiko Transaksi 3. Risiko Psikologis 4. Risiko Keamanan (Yusnidar dkk, 2014) 	Likert 1-5

Tabel 3.2-Lanjutan

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
	suatu produk atau jasa (Petter dan Olson, 2013).		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkatan sejauh mana kualitas produk atau layanan mencapai harapan konsumen, yang berasal dari perbandingan antara hasil produk atau jasa yang diharapkan dengan hasil produk atau jasa yang sebenarnya diperoleh pelanggan. Jika produk atau layanan yang disediakan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan puas dengan produk tersebut (Kotler dan Amstrong, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i>: Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain 2. Pelanggan merasa senang dan tidak menyesal karena sudah membeli produk tersebut 3. Keinginan kecil untuk membuat keluhan 4. Kepuasan, perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja produk yang didapatkan. (Kotler dan Amstrong, 2012) 	Likert 1-5

Sumber: Data Diolah,2020

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengukuran untuk melihat sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui alat ukur yang telah ditentukan atau disusun dapat digunakan untuk mengukur secara tepat. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan $dk = n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,05$. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid dan juga sebaliknya (Ghozali: 2013, 52). Penyelesaian pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistic for windows*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. SPSS memberikan penunjang untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach Alpha* $< 0,6$ (Ghozali: 2013, 52).

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali: 2013, 160). Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, salah satunya adalah metode Kolmogorov-Smirnov. Metode ini memiliki prinsip kerja membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empiric (Syofian: 2015, 153).

Ketentuan pengujianya adalah sebagai berikut:

1. Data berdistribusi normal jika angka Kolmogorov signifikan $> 0,05$
2. Data berdistribusi tidak normal jika angka Kolmogorov signifikan $< 0,05$

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali: 2013, 139). Regresi yang baik adalah regresi yang berada dalam posisi homoskedastisitas dan bukan kondisi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Glejser, dimana ketentuannya sebagai berikut:

1. Jika probabilitas signifikasinya $> 0,05$ maka model regresi bersifat homoskedastisitas.
2. Jika probabilitas signifikasinya $< 0,05$ maka model regresi bersifat heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui atau dilihat dari koefisien korelasi masing-masing variabel bebas. Jika koefisien korelasi di antara masing-masing variabel bebas kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Ajija dkk, 2011). Pendekatan problem multikolinearitas dapat dilihat *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka terdapat gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka tidak ada gejala multikolinearitas (Gani dan Amalia, 2015).

3.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses pengujian dimana nanti akan diputuskan apakah hipotesis penelitian ini akan diterima atau ditolak. Dalam pengujian ini, analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji Parsial (t). Berikut adalah hipotesis dalam penelitian :

- H_{a1} : Adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan terhadap variabel kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H₀₁ : Tidak adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan terhadap variabel kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H_{a2} : Adanya pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H₀₂ : Tidak adanya pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H_{a3} : Adanya pengaruh dari variabel persepsi risiko terhadap variabel kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H₀₃ : Tidak adanya pengaruh dari variabel persepsi risiko terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H_{a4} : Adanya pengaruh TAM (manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko) secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- H₀₄ : Tidak adanya pengaruh TAM (manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko) secara simultan

terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah regresi linear untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih, dan juga untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Ghozali: 2013, 96). Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda yang diolah dengan program SPSS. Bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

A = Konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien regresi variabel independent

X_1 = Manfaat penggunaan

X_2 = Kemudahan penggunaan

X_3 = Persepsi risiko

e = Error

3.8.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat, nilai koefisien

determinasi adalah antara 0 dengan 1. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.8.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5%.

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o pada tingkat signifikan 5 %
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima pada tingkat signifikansi 5 %.

3.8.4 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk dapat mengetahui seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali: 2013, 98). Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial akan berpengaruh signifikan jika nilai probabilitas signifikan kurang dari 0,05. Sebaliknya jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{\text{Hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$, maka menerima H_a dan menolak H_o pada tingkat signifikan 5 %
2. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima pada tingkat signifikansi 5 %.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Data hasil penelitian diperoleh dari pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan terkait objek penelitian kepada responden yaitu mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry yang menjadi sampel penelitian berjumlah 100 orang. Setelah kuesioner terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan *software* statistik pengolah data SPSS. Untuk melihat karakteristik responden yang telah menjawab kuesioner dapat diperlihatkan sebagai berikut.

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Frekuensi (<i>f</i>)	Jumlah (<i>N</i>)
Jenis Kelamin:	- Laki-laki	36	100
	- Perempuan	64	
Jurusan:	- Ekonomi Syariah	46	100
	- Ilmu Ekonomi	22	
	- Perbankan Syariah	32	
Angkatan	- 2019	13	100
	- 2018	23	
	- 2017	36	
	- 2016	28	

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin berjumlah 100 orang yang terdiri dari 36 orang laki-laki dan 64 orang perempuan. Ditinjau dari jurusan,

masing-masing sebanyak 46 orang merupakan jurusan Ekonomi Syariah, 22 orang jurusan Ilmu Ekonomi dan sebanyak 32 orang jurusan Perbankan Syariah. Dari aspek angkatan, sebanyak 13 orang merupakan Angkatan 2019, sebanyak 23 orang angkatan 2018, sebanyak 36 orang angkatan 2017 dan selebihnya sebanyak 28 orang adalah angkatan 2016.

Dari data dan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna siacad mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry lebih banyak di akses oleh perempuan yaitu sebanyak 64 orang, dan juga mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah sebanyak 46 orang serta angkatan 2017 sebanyak 36 orang.

4.2 Analisis Data

Analisis deskriptif dilakukan untuk setiap variabel penelitian yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang meliputi: manfaat penggunaan (X1), kemudahan penggunaan (X2), persepsi risiko (X3), dan kepuasan pelanggan (Y), berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang berjumlah 100 orang.

4.2.1 Variabel Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan untuk setiap pertanyaan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 2
Tanggapan Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Modus
1.	Saya akan meyakinkan teman-teman saya bahwa siacad FEBI UIN Ar-Raniry memberikan pelayanan yang baik	0	1	10	63	26	4
2.	Pelayanan siacad mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry sesuai dengan harapan saya	0	1	14	66	19	4
3.	Saya puas dengan beberapa fasilitas yang diberikan dalam siacad FEBI UIN Ar-Raniry	0	0	11	63	26	4
4.	saya hanya memiliki keinginan kecil untuk membuat keluhan dalam menggunakan siacad FEBI UIN Ar-Raniry	8	1	21	52	18	4
Total							4

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4.2 menunjukkan nilai modus keseluruhan tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan 4 dimana nilai tersebut menurut Tabel 3.1 adalah penilaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai setuju untuk pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan. Indikator yang memperoleh nilai modus paling banyak adalah "Saya puas dengan beberapa fasilitas yang diberikan dalam siacad FEBI UIN Ar-Raniry" dengan nilai modus sebesar 26.

4.2.2 Variabel Manfaat Penggunaan

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel manfaat penggunaan untuk setiap pertanyaan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3
Tanggapan Responden Untuk Variabel Manfaat Penggunaan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Modus
1.	Saya merasa lebih mudah dalam mengakses keperluan fakultas	0	0	8	60	32	4
2.	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry sangat efektif dalam memberikan informasi dan mengakses keperluan fakultas	0	3	11	58	28	4
3.	Saya merasa situs layanan portal dapat mempercepat waktu pengguna dalam hal pengecekan nilai dan pengisian jadwal kuliah	0	0	13	48	39	4
4.	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry dapat meningkatkan kualitas kerja akademik dalam melayani mahasiswa	0	0	11	62	27	4
Total							4

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4.3 menunjukkan nilai modus keseluruhan tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan pada variabel penggunaan 4 dimana nilai tersebut menurut Tabel 3.1 adalah penilaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai setuju untuk pernyataan pada variabel manfaat penggunaan.

Indikator yang memperoleh nilai modus paling banyak adalah ” Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry dapat mempercepat waktu pengguna dalam hal pengecekan nilai dan pengisian jadwal kuliah” dengan nilai modus sebesar 62.

4.2.3 Variabel Kemudahan penggunaan

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan untuk setiap pertanyaan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 4
Tanggapan Responden Untuk Variabel
KemudahanPenggunaan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Modus
1.	Saya merasa adanya kemudahan dalam mempelajari penggunaan sistem siacad FEBI UIN Ar-Raniry	0	0	13	69	18	4
2.	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry memudahkan saya dalam mengikuti beberapa keperluan kampus dari jarak yang jauh.	0	1	10	61	28	4
3.	Saya merasa dimudahkan dalam meningkatkan pengetahuan saya mengenai teknologi dalam situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry	0	3	20	57	20	4

Tabel 4.4-Lanjutan

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Modus
4.	Saya merasa situs layanan siakad FEBI UIN Ar-Raniry memudahkan saya dalam mengoperasikan website tersebut.	0	1	17	60	22	4
	Total						4

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4.4 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan pada variabel kemudahan penggunaan 4 dimana nilai tersebut menurut Tabel 3.1 adalah penilaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai setuju untuk pernyataan pada variabel kemudahan penggunaan. Indikator yang memperoleh nilai modus paling tinggi adalah ” Saya merasa situs layanan siakad FEBI UIN Ar-Raniry memudahkan saya dalam mengikuti beberapa keperluan kampus dari jarak yang jauh.” dengan nilai modus sebesar 69.

4.2.4 Variabel Persepsi Risiko

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel persepsi risiko untuk setiap pertanyaan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 5
Tanggapan Responden Untuk Variabel Persepsi Risiko

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Modus
1.	Saya merasa dalam menggunakan layanan siakad FEBI UIN Ar-Raniry mengacu pada ketidakpastian bahwa jasa tersebut akan sesuai dengan yang diharapkan	1	9	29	41	20	4
2.	Saya merasa adanya risiko kesalahan-kesalahan informasi pribadi yang dapat merugikan saya	2	10	31	34	23	4
3.	Saya merasa adanya risiko psikologis (ketakutan) yang terjadi sebelum dan sesudah menggunakannya	11	13	25	33	18	4
4.	Adanya ketakutan tersebarnya data pribadi yang terdapat didalam siakad FEBI UIN Ar-Raniry	10	12	16	34	28	4
Total							4

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4.5 menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden terhadap pernyataan pada variabel persepsi risiko 4 dimana nilai tersebut menurut Tabel 3.1 adalah penilaian baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai setuju untuk pernyataan pada variabel persepsi risiko. Indikator yang memperoleh nilai modus tinggi adalah ” Saya merasa dalam menggunakan layanan siakad FEBI UIN Ar-Raniry mengacu pada ketidakpastian bahwa jasa tersebut akan sesuai dengan yang diharapkan” dengan nilai modus sebesar 41.

4.3 Pengujian Instrumen Penelitian

Kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan uji validitas dan uji reabilitas. Kedua pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* statistik pengolah data SPSS.

4.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan *Pearson Product-Moment Coefficient of Correlation*. Dari tabel *r product-moment* untuk $N = 100$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai kritis yaitu 0,209.

4.3.1.1 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 4 (empat) item pernyataan pada kuesioner penelitian dengan nilai koefisien korelasi untuk setiap item pernyataan hasil pengujian *Pearson Product-Moment Coefficient* dapat dilihat pada table sebagai berikut.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Kode	r hitung	Nilai Kritis 5% (N=100)	Keterangan
KP1	0,664	0,209	Valid
KP2	0,739		Valid
KP3	0,676		Valid
KP4	0,571		Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari hasil pengujian validitas data menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh untuk variabel kepuasan pelanggan untuk setiap item pernyataan yang berjumlah 4 item dinyatakan valid 100%. Hal ini dikarenakan nilai r hitung berada di atas nilai kritis korelasi *product moment* (koefisien korelasi $> 0,209$) sehingga item tersebut dinyatakan valid.

4.3.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Penggunaan

Variabel manfaat penggunaan terdiri dari 4 (empat) item pernyataan pada kuesioner penelitian dengan nilai koefisien korelasi untuk setiap pernyataan hasil pengujian *Pearson Product-Moment Coefficient of correlation* dapat dilihat pada table sebagai berikut.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Penggunaan

Kode	r hitung	Nilai Kritis 5% (N=100)	Keterangan
UN1	0,839	0,209	Valid
UN2	0,806		Valid
UN3	0,755		Valid
UN4	0,809		Valid

Sumber : Data Diolah,2020

Dari hasil pengujian validitas data menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh untuk variabel manfaat penggunaan untuk setiap item pernyataan yang berjumlah 4 item dinyatakan valid 100%. Hal ini dikarenakan nilai r hitung berada di

atas nilai kritis korelasi *product moment* (koefisien korelasi > 0,209) sehingga item tersebut dinyatakan valid.

4.3.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Variabel kemudahan penggunaan terdiri dari 4 (empat) item pernyataan pada kuesioner penelitian dengan nilai koefisien korelasi untuk setiap item pernyataan hasil pengujian *Pearson Product-Moment Coefficient* dapat dilihat pada table sebagai berikut.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Kode	r hitung	Nilai Kritis 5% (N=100)	Keterangan
EOU1	0,847	0,209	Valid
EOU2	0,858		Valid
EOU3	0,877		Valid
EOU4	0,818		Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari hasil pengujian validitas data menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh untuk variabel kemudahan penggunaan untuk setiap item pernyataan yang berjumlah 4 item dinyatakan valid 100%. Hal ini dikarenakan nilai *r* hitung berada di atas nilai kritis korelasi *product moment* (koefisien korelasi > 0,209) sehingga item tersebut dinyatakan valid.

4.3.1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko

Variabel persepsi risiko terdiri dari 4 (empat) item pernyataan pada kuesioner penelitian dengan nilai koefisien korelasi untuk setiap item pernyataan hasil pengujian *Pearson Product-Moment Coefficient* dapat dilihat pada table sebagai berikut.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko

Kode	r hitung	Nilai Kritis 5% (N=100)	Keterangan
PR1	0,789	0,209	Valid
PR2	0,847		Valid
PR3	0,919		Valid
PR4	0,855		Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari hasil pengujian validitas data menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh untuk variabel persepsi risiko untuk setiap item pernyataan yang berjumlah 4 item dinyatakan valid 100%. Hal ini dikarenakan nilai r tabel berada di atas nilai kritis korelasi *product moment* (koefisien korelasi > 0,209) sehingga item tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian validitas data menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh oleh masing-masing item dari variabel: manfaat penggunaan (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan persepsi risiko (X3), serta variabel yang dipengaruhi yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), untuk setiap item pertanyaan yang berjumlah 16

item dinyatakan valid 100% karena nilai r hitung berada di atas nilai kritis korelasi *product moment* (r hitung $> 0,209$) sehingga kuesioner yang digunakan dinyatakan valid.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas juga dilakukan secara statistik dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Nilai Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	4	0,847	Handal
Manfaat penggunaan	4	0,810	Handal
Kemudahan penggunaan	4	0,869	Handal
Persepsi risiko	4	0,871	Handal

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari data hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa instrumen dalam penelitian ini handal (*reliable*) karena nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dijadikan alat ukur dalam penelitian ini layak digunakan sebagai alat pengumpul data (Sekaran, 2012:182).

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan guna mengetahui apakah model estimasi yang dipergunakan telah memenuhi asumsi regresi linier

klasik. Diantara beberapa uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi:

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 4. 11 Output Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	1.579
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.053
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.917
Asymp. Sig. (2-tailed)		.370

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil dari uji normalitas menunjukkan nilai signifikan uji normalitas sebesar 0,370 atau $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui atau dilihat dari koefisien korelasi masing-masing variabel bebas. Jika koefisien korelasi di antara masing-masing variabel bebas kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Dalam penelitian ini pendekatan problem multikolinearitas dapat dilihat *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka terdapat gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka tidak ada gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 12
Nilai Variance Inflation Factor (VIF)

Variabel	Tolerance	VIF
Manfaat penggunaan	0,474	3,111
Kemudahan penggunaan	0,464	1,157
Persepsi risiko	0,960	1,042
Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan		

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat besaran korelasi antar variabel bebas yang mempunyai korelasi yang cukup tinggi, karena korelasi ini masih d bawah 90%, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas. Hasil perhitungan dari *tolerance* juga menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 (10%) yang berarti tidak ada korelasi

antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Regresi yang baik adalah regresi yang berada dalam posisi homoskedastisitas dan bukan kondisi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikasi	Keterangan
Manfaat Penggunaan	0,284	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan Penggunaan	0,616	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Risiko	0,058	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas hasil uji heteroskedastisitas dapat kita lihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai tingkat signifikan lebih besar dari $> 0,05$, maka kesimpulannya dalam penelitian ini hasil ujinya tidak terjadi heteroskodastisitas, karena

apabila nilai tingkat signifikansi berada di atas 0,05 maka terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh untuk setiap variabel dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis juga dilakukan untuk menguji serta menganalisis rumusan hipotesis berdasarkan struktur kerangka pemikiran yang telah dirumuskan sebelumnya.

4.5.1 Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan (uji-F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengaruh variabel bebas adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang meliputi: manfaat penggunaan (X1), kemudahan penggunaan (X2), persepsi risiko (X3) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan ketentuan pengujian yang menyebutkan jika nilai $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka hipotesis penelitian ditolak, dan jika nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka hipotesis penelitian diterima.

Hasil output SPSS dari pengujian variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Output SPSS Uji-F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.445	3	.482	11.695	.000 ^b
	Residual	3.954	96	.041		
	Total	5.399	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Persepsi risiko , Manfaat penggunaan , Kemudahan penggunaan

Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad UIN”. Berdasarkan Tabel 4.14 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya secara simultan manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan portal uin. Jadi hipotesis yang menyatakan “adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan” dapat diterima.

4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 15 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 ^a	.268	.245	.203

a. Predictors: (Constant), Persepsi risiko , Manfaat penggunaan ,
Kemudahan penggunaan

Hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,268 menunjukkan bahwa derajat hubungan antara variabel bebas *Technology Acceptance Model* (TAM) yang meliputi: manfaat penggunaan (X1), kemudahan penggunaan (X2), persepsi risiko (X3) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) sebesar 26,8%.

4.5.3 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen. Variabel bebas akan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel bebas jikan nilai probabilitas signifikan kurang dari 0,05. Sebaliknya jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 16
Hasil Output SPSS Uji-t (Parsial)

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.981	.346		5.722	.000
	Manfaat penggunaan	.418	.116	.454	3.619	.000
	Kemudahan penggunaan	.061	.107	.072	.569	.570
	Persepsi risiko	.823	.754	.096	1.091	.278

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil *output* komputer melalui *software* SPSS dari nilai *coefficients*^a di atas, maka persamaan regresi untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 1,981 + 0,418x_1 + 0,061x_2 + 0,823x_3$$

Tanpa adanya variabel manfaat penggunaan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan persepsi risiko (X3) maka nilai kepuasan pelanggan dalam penggunaan siacad UIN adalah sebesar 1,891.

- 1) Dari hasil regresi pada Table 4.16 dapat diketahui bahwa variabel manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig sebesar 0,000, dengan kata lain nilai sig lebih kecil dari 0,05 dan t hitung > t tabel yaitu sebesar

3,619 > 1,987, artinya jika terjadi penambahan satu nilai pada x_1 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,418 dengan signifikan. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad FEBI UIN Ar-Raniry” dapat diterima.

- 2) Dari hasil regresi pada Table 4.16 dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan dengan nilai sig sebesar 0,570, dengan kata lain $> 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel yaitu sebesar 0,569 < 1,987, artinya jika terjadi penambahan satu nilai pada X_2 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,061 namun tidak signifikan. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad FEBI UIN Ar-Raniry” tidak dapat diterima.
- 3) Dari hasil regresi pada Table 4.16 dapat diketahui bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh positif namun tidak signifikan dengan nilai sig sebesar 0,278, dengan kata lain $> 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel yaitu sebesar 1,091 < 1,987, artinya jika terjadi penambahan satu nilai pada x_3 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,823 namun tidak signifikan. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh dari variabel persepsi risiko terhadap variabel

kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad FEBI UIN Ar-Raniry” tidak dapat diterima.

4.6 Pembahasan

Hasil pengujian validitas data menunjukkan bahwa koefisien korelasi yang diperoleh oleh masing-masing item dari variabel *Technology Acceptance Model* (TAM) yang meliputi: manfaat penggunaan (X1); kemudahan penggunaan (X2); dan persepsi risiko (X3), dan variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan pelanggan (Y), untuk setiap item pernyataan yang berjumlah 16 item dinyatakan valid 100% karena nilai r berada di atas nilai kritis korelasi *product moment* (koefisien korelasi $> 0,209$) sehingga kuesioner yang digunakan dinyatakan valid.

Untuk hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa instrumen dalam penelitian ini handal (*reliable*) karena *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dijadikan alat ukur dalam penelitian ini layak untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh untuk setiap variabel dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis juga dilakukan untuk menguji serta menganalisis rumusan hipotesis berdasarkan struktur kerangka pemikiran yang telah dirumuskan sebelumnya dan berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner kepada beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

sebagai pengguna siacad UIN Ar-Raniry sejumlah 100 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

4.6.1 Pengaruh Manfaat Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis 1 dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah manfaat penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan siacad UIN. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa manfaat penggunaan memperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $3,619 > 1,987$. Artinya jika terjadi penambahan satu nilai pada X_1 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,418 dengan signifikan. Jadi dapat diketahui bahwa variabel manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu mahasiswa dalam menggunakan siacad UIN Ar-Raniry. Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad FEBI UIN Ar-Raniry” dapat diterima. Hasil ini mendukung penelitian dari Rahmawati (2013) yang menyatakan bahwa manfaat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Manfaat penggunaan merupakan suatu persepsi penggunaan dimana sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu jasa dapat meningkatkan kualitas pekerjaan

atau kegiatannya. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti kualitas produk dan barang-barang yang disediakan kepada pelanggan dalam proses penyerahan jasa, kualitas jasa, persepsi atau harga, faktor keadaan dan personal.

4.6.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis 2 dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan siacad UIN Ar-Raniry. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan memperoleh nilai sig sebesar 0,570 lebih besar dari 0,05 dan t hitung $<$ t tabel yaitu sebesar $0,569 < 1,987$. Artinya jika terjadi penambahan satu nilai pada X_2 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,061 namun tidak signifikan. Jadi dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu mahasiswa dalam menggunakan siacad UIN Ar-Raniry. Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad FEBI UIN Ar-Raniry” tidak dapat diterima.

Persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana individu yakin bahwa dalam menggunakan teknologi tidak menyulitkan, artinya mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang begitu besar dan terhindar dari kesulitan (Laksana dkk, 2015). Hal ini berarti setiap adanya penambahan atau peningkatan kualitas yang memudahkan mahasiswa dalam menggunakan siakad UIN Ar-Raniry maka dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan. Dalam penelitian ini kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan layanan siakad UIN Ar-Raniry. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya dari Muntianah, Astuti, & Azizah (2012) dimana adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.6.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis 3 dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan siakad UIN Ar-Raniry. Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa persepsi risiko memperoleh nilai sig sebesar 0,278 lebih besar dari 0,05 dan t hitung $<$ t tabel yaitu sebesar $1,091 < 1,987$. Artinya jika terjadi penambahan satu nilai pada X_3 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,823 namun tidak signifikan. Jadi dapat diketahui bahwa variabel persepsi risiko tidak

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu mahasiswa dalam menggunakan siacad UIN Ar-Raniry. Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh dari variabel persepsi risiko terhadap variabel kepuasan pelanggan pada penggunaan siacad FEBI UIN Ar-Raniry” tidak dapat diterima.

Aribowo dan Nugroho (2013) mengemukakan persepsi risiko merupakan pendapat seseorang mengenai risiko yang mungkin akan terjadi pada pelanggan atau sebuah ketidakpastian dan konsekuensi besar yang bersifat negatif yang mungkin akan didapat ketika menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai suatu keputusan pelanggan dalam menentukan sikap dan menilai suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui kualitas, nilai serta pelayanan. Untuk mendapatkan kepuasan terbaik dari pelanggan dapat diberikan dengan menyediakan kualitas, nilai dan pelayanan terbaik (Lovelock dan Wirtz, 2011). Jadi kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Dalam penelitian ini persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan layanan siacad UIN Ar-Raniry. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya dari Putra, Sukaatmadja, &

Giantari (2016) yang menyatakan bahwa persepsi risiko pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.6.4 Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis 4 dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan siakad UIN Ar-Raniry. Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa variabel manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko memperoleh nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya secara simultan manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu mahasiswa dalam menggunakan siakad UIN Ar-Raniry. Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa “adanya pengaruh dari variabel manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap kepuasan pelanggan” dapat diterima.

Kepuasan pelanggan adalah penilaian emosional pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapan (Daryanto dan Setyobudi, 2014). Manfaat penggunaan merupakan kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi, kemudahan penggunaan

merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat terbebas dari usaha, yang artinya mudah digunakan, dan persepsi risiko merupakan suatu perasaan seorang pelanggan akan ketidakpastian terhadap keputusan yang dilakukannya. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh melalui kemudahan penggunaan, manfaat dalam menggunakan suatu jasa serta kecilnya risiko yang didapat dalam menggunakan jasa yang disediakan (Laksana dkk, 2015). Kepuasan mahasiswa dapat diperoleh melalui kemudahan, manfaat dan kecilnya risiko yang didapat dalam menggunakan siacad UIN Ar-Raniry. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Ashghar dan Nurlatifah (2020) yang menyatakan bahwa manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan konsep ajaran islam dalam kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa sebagaimana firman Allah dalam QS. al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ

الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْحَبِثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهَا

وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."*

Berdasarkan ayat tersebut, keakuratan dan ketepatan dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh instansi akan menumbuhkan kepercayaan sehingga pelanggan merasa puas dalam menggunakan layanan jasa. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan tersebut diperlukan sikap amanah sebagaimana perintah Allah dalam QS. al-Nahl ayat 91. Kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan merupakan suatu amanat, dimana hal tersebut sangat berpengaruh pada keberhasilan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siakad Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siakad Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siakad Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. *Technology Acceptance Model* (TAM) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan siakad Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

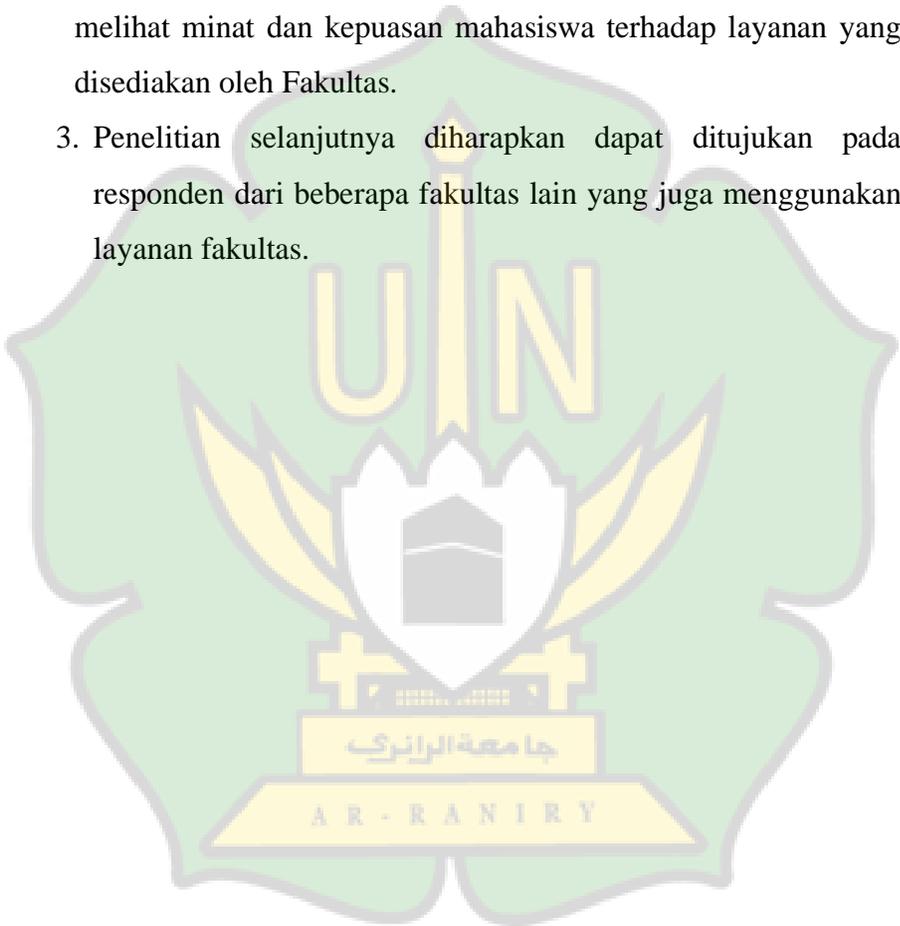
5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Perlu adanya penelitian lanjutan untuk melihat dan mengetahui secara rinci variabel yang berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan yaitu mahasiswa dalam menggunakan siacad Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

2. Penulisan ini diharapkan dapat dijadikan salah satu acuan untuk melihat minat dan kepuasan mahasiswa terhadap layanan yang disediakan oleh Fakultas.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat ditujukan pada responden dari beberapa fakultas lain yang juga menggunakan layanan fakultas.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, & Surendro, K. (2015). Perancangan Model Pengukuran Layanan Teknologi Informasi pada perguruan Tinggi. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 1 (2), 142-150.
- Asghar, S. A., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Risk terhadap Keinginan Membeli Kembali melalui e-Trust dan s-Satisfaction (Studi Kasus Pengguna Gopay pada Transaksi UMKM). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1 (1).
- Ashur, M. (2016). Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosial Terhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-Commerce (Studi kasus Pada Konsumen S-Commerce Di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3 (2), 109-119.
- Ajija, S. R., Sari, D. W., Setianto, R. H., & Primanti, M. R. (2011). *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aribowo, D. P., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Nominal*, 2 (1), 11-35.
- Arriskoni, M. A., & Soesanto, H. (2019). Studi Pengaruh Keputusan Pembelian Online Melalui Sikap Belanja Online Santri Pondok Pesantren di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 18 (1), 15-33.
- Bakkara, F. P. F., & Candra Wijaya. (2020). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA FITUR BCA SAKUKU DI BANDUNG. *e-Proceeding of Management*, 7 (2), 40-87.

- Budiantara, M., Hamzah, G., Endang, S. U. (2019). PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST IN ONLINE STORE, PERCEIVED RISK AS TRIGGERS TO BUY ONLINE PRODUCTS IN UMKM "MADE IN INDONESIA" THROUGH THE USE OF E-COMMERCE MARKATPLACE. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, UMB Yogyakarta*, 5(1), 19-27
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MS Quarterly*, 13 (3), 319-340.
- Diana, F. T. (2015). *Pelanggan Puasa? Tak Cukup!* Yogyakarta: ANDI.
- Endang, F. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 9 (1), 1-13.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial* . Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- Fitri, L. E., Ridhwan., Okhi. F. H. (2019). AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON SATISFACTION AND LOYALTY WITH ISLAMIC ECONOMIC APPROACH (STUDY ON BMT MEMBERS IN PUSKOPSYAH JAMBI). *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan)*, 4 (2), 202-214.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid Satu, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015) *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (13 ed). Jakarta : Erlangga.
- Kurniawan, D., Semuel, H., & Japariato, E. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking denn Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Reasoned Action . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (1), 1-13.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26 (2), 1-8.
- Loana, T., & Tileng, KG. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Inten to Use Menggunakan Technology Acceptance Model Studi Kasus pada Situs E-Commerce Traveloka. *Jurnal Juici*, 2 (1).
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia. Edisi Ke-7*. Jakarta: Erlangga.
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus Pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis FIA UB*, 6 (1), 88=113.
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh Usefulness, Ease Of Use, Risk Terhadap Intention To Buy Obline Patisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11 (1), 26-31.

- Oktavianingrum, Minarsih, M. M., & Warso, M. M. (2015). Effect Of Risk Perception, Trust, and Psychology Of Youth Clothing online Purchase Decision Among University Students Pandanaran Semarang. *Jurnal Of Management*, 1 (1), 1-13.
- Parasuraman, A., Zeithamil, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Petter, P. J., & Olson, J.C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Keempat Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Putra, P. A., Sukaatmadja, P. G., & Giantari, G. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-Ticket Pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5 (9), 3007-3030.
- Rahmatika, u., & Fajar, M. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money : Integrasi Model TAM – TPB dengan Perceived Risk. *Jurnal Nominal*, 8 (2), 274-284.
- Rahmawati, D. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa . *Jurnal Economia*, 9 (1), 52-65.
- Savitri, A., Murtejo, T., & Rulhendri. (2017). Kajian Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Transpakuan Bogor (Studi Kasus : Pelayanan di Halte dan Pelayanan di dalam Bus Transpakuan Bogor). *Jurnal Rekayasa Sipil*, 6 (2), 97-103.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. (2015). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.

- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9 (1), 23-36.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F & Diana,A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!*. Yogyakarta : ANDI
- Wahyuningsih. N., & Nurul. J. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal*, 10 (2), 295-314.
- Widagdo,P.P., Taruk,M., Havaluddin., Pakpahan,H.S., & Setyadi,H.j. (2018). Sistem Informasi Website Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Mulawarman. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 3 (2), 5-6.
- Widjaja, Y. R., & Irpan, N. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *IKONOMIKA : Jurna Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1 (1), 2527-5143.
- Yuniko, F. T., & Putra, F. K. (2017). Penerapan Teknologi Informasi WEB Programing Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik Dalam Bidang Kebijakan Administrasi Kependudukan. *Journal Of Information System and Informatics Engineering*, 1 (1), 1-68.
- Yusnidar., Samsir., & Sri Restu. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4 (12), 311-329.
- Zikmund, & Babin. (2013). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Pengaruh Manfaat Penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Siakad Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry)

**Kepada Yth,
Saudara/i
Mahasiswa Pengguna Portal FEBI UIN**

Dengan Hormat,
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya Eva Maretna, mahasiswi Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saat ini saya sedang melakukan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Manfaat penggunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa FEBI UIN Pada Penggunaan Portal”**.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya bermaksud meminta kesediaan anda untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasamanya yang telah anda berikan saya ucapkan terima kasih.

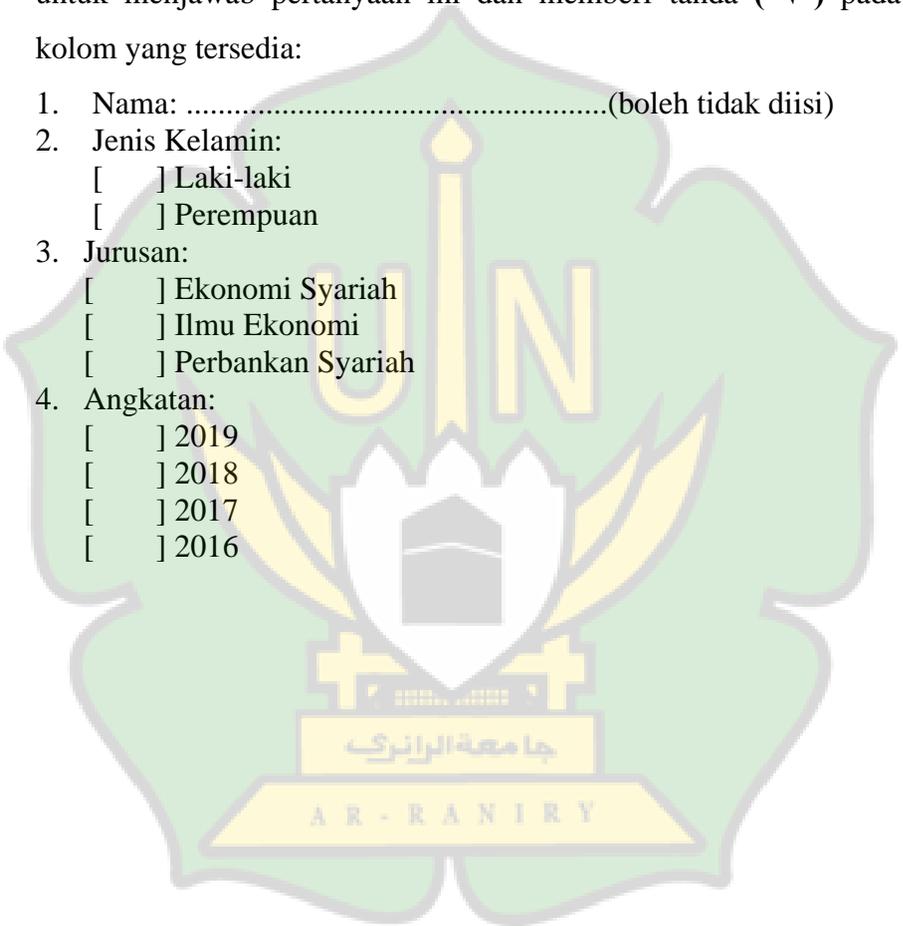
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Hormat Saya,

Eva Maretna

DATA RESPONDEN

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan ini dan memberi tanda (\surd) pada kolom yang tersedia:

1. Nama:(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin:
[] Laki-laki
[] Perempuan
3. Jurusan:
[] Ekonomi Syariah
[] Ilmu Ekonomi
[] Perbankan Syariah
4. Angkatan:
[] 2019
[] 2018
[] 2017
[] 2016



A. PETUNJUK PENGISIAN

Berikanlah tanda *checklist* (\checkmark) pada kolom Saudara/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS: Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Kepuasan Mahasiswa						
1	Saya akan meyakinkan teman-teman saya bahwa siacad FEBI UIN Ar-Raniry memberikan pelayanan yang baik					
2	Pelayanan siacad mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry sesuai dengan harapan saya					
3	Saya puas dengan beberapa fasilitas yang diberikan dalam siacad FEBI UIN Ar-Raniry					
4	saya hanya memiliki keinginan kecil untuk membuat keluhan dalam menggunakan siacad FEBI UIN Ar-Raniry					
Manfaat penggunaan						
1	Saya merasa lebih mudah dalam mengakses keperluan fakultas					
2	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry sangat efektif dalam memberikan informasi dan mengakses keperluan kampus					
3	Saya merasa situs layanan siacad dapat mempercepat waktu pengguna dalam hal pengecekan nilai dan pengisian jadwal kuliah					

4	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry dapat meningkatkan kualitas kerja akademik dalam melayani mahasiswa					
Kemudahan penggunaan						
1	Saya merasa adanya kemudahan dalam mempelajari penggunaan system siacad FEBI UIN Ar-Raniry.					
2	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry memudahkan saya dalam mengikuti beberapa keperluan kampus dari jarak yang jauh.					
3	Saya merasa dimudahkan dalam meningkatkan pengetahuan saya mengenai teknologi dalam situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry.					
4	Saya merasa situs layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry memudahkan saya dalam mengoperasikan website tersebut.					
Persepsi risiko						
1	Saya merasa dalam menggunakan layanan siacad FEBI UIN Ar-Raniry mengacu pada ketidakpastian bahwa jasa tersebut akan sesuai dengan yang diharapkan.					
2	Saya merasa adanya risiko kesalahan-kesalahan informasi pribadi yang dapat merugikan saya					
3	Saya merasa adanya risiko psikologis (ketakutan) yang terjadi sebelum dan sesudah menggunakannya.					
4	Adanya ketakutan tersebarnya data pribadi yang terdapat didalam siacad FEBI UIN Ar-Raniry					

Lampiran 2. Data Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden		
	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan
1	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2019
2	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
3	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
4	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
5	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
6	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
7	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
8	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2018
9	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
10	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
11	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
12	Perempuan	Perbankan Syariah	2016
13	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
14	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2017
15	Perempuan	Perbankan Syariah	2016
16	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
17	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
18	Laki-laki	Perbankan Syariah	2017
19	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
20	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
21	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
22	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2017
23	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
24	Laki-laki	Perbankan Syariah	2017
25	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
26	Perempuan	Ekonomi Syariah	2019
27	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
28	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2018
29	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2017
30	Laki-laki	Perbankan Syariah	2016
31	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2019
32	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
33	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2019
34	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
35	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2016
36	Laki-laki	Perbankan Syariah	2017
37	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2018
38	Laki-laki	Perbankan Syariah	2018

39	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2019
40	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2018
41	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2017
42	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
43	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2017
44	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2017
45	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
46	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
47	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
48	Laki-laki	Perbankan Syariah	2017
49	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2016
50	Perempuan	Perbankan Syariah	2018
51	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
52	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
53	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2016
54	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
55	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
56	Perempuan	Ekonomi Syariah	2019
57	Perempuan	Perbankan Syariah	2018
58	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
59	Perempuan	Perbankan Syariah	2019
60	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
61	Perempuan	Ekonomi Syariah	2018
62	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
63	Laki-laki	Perbankan Syariah	2018
64	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2019
65	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
66	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2017
67	Laki-laki	Perbankan Syariah	2018
68	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2019
69	Laki-laki	Perbankan Syariah	2017
70	Perempuan	Perbankan Syariah	2018
71	Perempuan	Perbankan Syariah	2017
72	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
73	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
74	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
75	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
76	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2019
77	Laki-laki	Perbankan Syariah	2017
78	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2016
79	Perempuan	Perbankan Syariah	2016
80	Laki-laki	Perbankan Syariah	2018
81	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2018

82	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2018
83	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
84	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2016
85	Perempuan	Ekonomi Syariah	2019
86	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
87	Perempuan	Perbankan Syariah	2018
88	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
89	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2019
90	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2019
91	Laki-laki	Perbankan Syariah	2016
92	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2017
93	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2017
94	Perempuan	Ekonomi Syariah	2016
95	Laki-laki	Ekonomi Syariah	2017
96	Laki-laki	Perbankan Syariah	2016
97	Perempuan	Ekonomi Syariah	2017
98	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2017
99	Laki-laki	Perbankan Syariah	2018
100	Laki-laki	Perbankan Syariah	2018



Lampiran 3. Data Tanggapan Responden

Kepuasan Pelanggan

KP1	KP2	KP3	KP4	KP
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
3	4	4	5	16
3	3	3	4	13
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12
5	4	4	3	16
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
5	4	5	3	17
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
3	4	4	3	14
4	3	3	3	13
4	5	4	4	17
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
4	4	4	5	17
5	4	4	4	17
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20

5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	5	4	4	17
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
5	3	5	4	17
3	3	3	4	13
4	3	4	3	14
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	5	4	18
4	5	4	4	17
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
5	4	5	5	19
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	2	4	3	11
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	5	4	17
3	3	4	3	13
4	4	4	3	15
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16

4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	1	13
4	4	4	1	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	1	16
5	5	5	1	16
4	3	3	4	14
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	2	17
5	4	5	1	15
5	4	5	1	15
5	4	5	1	15
5	4	4	5	18
4	4	4	1	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

Manfaat penggunaan (X1), Kemudahan penggunaan (X2), Persepsi risiko (X3)

U N 1	U N 2	U N 3	U N 4	U N 5	U N	E O U 1	E O U 2	E O U 3	E O U 4	E O U	P R 1	P R 2	P R 3	P R
2	2	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	4	3	10
3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	16	4	5	4	14
4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	15	4	5	4	13
4	4	5	4	4	21	4	5	4	3	16	2	1	3	6
2	3	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	5	13
3	3	4	3	3	18	4	4	4	4	16	4	4	3	11
4	4	3	3	4	18	4	2	5	4	15	4	4	3	11

4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	19	3	2	3	8
2	2	4	4	2	14	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	19	5	4	4	13
4	5	5	5	4	23	2	4	3	4	15	4	5	3	12
5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	11
4	3	4	3	3	27	4	5	4	4	17	5	5	4	14
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	4	4	5	13
5	5	5	5	4	24	4	5	3	4	16	3	5	3	11
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	12
2	4	2	4	3	15	5	5	5	4	19	5	4	3	12
2	2	3	2	3	12	4	4	5	4	17	5	4	4	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	5	4	12
5	3	5	5	4	22	4	4	3	4	15	3	4	3	10
4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	17	2	2	3	7
3	4	4	4	4	19	4	5	4	3	16	4	4	4	12
3	4	5	4	4	20	4	5	4	4	17	4	4	5	13
4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	16	5	4	3	12
4	5	5	5	4	23	4	4	3	4	15	4	4	4	12
5	3	4	3	5	20	4	4	5	4	17	3	4	3	10
5	5	5	5	5	25	2	2	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	5	4	20	5	4	3	4	16	4	4	5	13
4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17	4	4	3	11
4	4	4	5	4	21	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	5	5	4	5	23	4	4	4	4	16	5	4	4	13
5	5	5	5	4	24	3	2	3	2	10	3	4	3	10
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	4	13
3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16	2	1	3	6
4	4	4	4	5	21	4	5	5	4	18	4	4	3	11
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	17	5	4	5	14
5	5	4	5	4	23	4	4	3	4	15	3	5	4	12
5	4	3	4	5	21	3	5	4	2	14	4	4	3	11
3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	5	5	4	22	4	4	3	4	15	5	4	5	14
3	4	4	4	5	20	5	4	4	4	17	4	4	4	12
4	4	4	4	4	20	4	2	2	4	12	4	5	5	14
4	4	5	4	4	21	4	4	3	3	14	3	5	2	10
4	5	5	5	5	24	4	4	5	4	17	4	4	4	12
5	5	4	5	5	24	3	5	4	4	16	3	5	4	12
3	4	4	4	5	20	5	5	5	4	19	4	3	5	12
4	4	3	4	4	19	5	5	4	4	18	5	4	4	13
5	3	4	4	4	20	4	5	5	4	18	2	2	1	5
3	4	5	4	4	20	4	2	3	4	13	3	3	2	8
3	4	4	4	5	20	3	4	3	3	13	3	4	4	11

4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	3	4	11
4	4	3	4	3	18	4	5	4	4	17	4	3	4	11
5	5	4	5	5	24	4	4	3	4	15	5	3	5	13
3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	15	5	4	4	13
4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	17	4	3	3	10
4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	3	2	2	7
3	4	4	4	5	20	4	4	3	4	15	5	4	4	13
3	4	4	4	4	19	5	5	4	4	18	4	3	5	12
4	4	3	4	3	18	4	4	4	3	15	5	4	4	13
5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	19	4	3	5	12
4	4	4	3	4	21	4	4	3	4	15	4	4	5	13
4	4	4	5	4	21	3	5	4	4	16	4	3	4	11
3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	14	5	4	4	13
5	5	5	5	5	25	3	5	4	4	16	3	4	4	11
4	3	4	4	4	19	3	4	4	3	14	5	4	4	13
4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19	4	4	5	13
3	4	4	4	5	20	5	4	5	4	18	3	2	1	6
4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	16	4	2	4	10
3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15	5	4	4	13
4	4	3	4	4	19	5	4	4	4	17	3	3	2	8
5	5	4	4	4	22	4	5	5	4	18	4	4	4	12
4	4	3	4	3	18	4	4	4	3	15	4	3	3	10
4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	12
5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	16	5	4	4	13
5	4	5	5	4	23	3	4	4	4	15	5	4	5	14
4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	16	5	4	4	13
4	4	4	4	5	21	4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	19	3	3	4	10
5	3	4	4	3	19	4	5	4	5	18	5	4	5	14
5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	4	4	4	12
4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	17	3	3	4	10
4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	19	3	4	3	10
4	4	4	5	4	19	4	3	4	4	15	4	4	4	12
4	3	3	4	3	17	5	4	4	5	18	3	3	5	11
5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	14	4	4	4	12
4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	15	4	5	5	14
5	4	3	4	4	20	4	3	4	4	15	3	3	4	10
4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	19	3	4	5	12
4	4	4	4	5	21	4	4	3	4	15	3	4	3	10
5	4	3	4	3	19	4	5	4	5	18	4	4	4	12
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	18	3	2	2	7
5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	19	4	4	4	12

4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	4	5	5	14
4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	19	3	4	4	11
5	4	4	4	4	21	4	3	4	3	15	3	5	2	10
5	5	5	3	4	22	4	4	5	5	18	4	5	5	14
4	4	3	4	5	20	5	4	5	5	19	4	5	4	13
4	5	4	5	4	22	4	3	4	4	17	4	5	4	13
4	4	3	4	5	20	5	4	5	5	19	3	4	2	9
4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	4	4	2	10
4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	20	5	4	4	13
5	5	4	3	4	21	4	3	4	3	14	4	5	4	13
4	4	3	4	5	20	4	4	4	3	15	4	5	4	13
4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	18	3	4	4	11
5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	18	4	4	4	12
4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	19	5	4	4	13
5	4	3	3	4	19	4	3	4	4	15	5	5	4	14
4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	15	4	5	5	14
4	5	4	3	4	20	5	4	4	5	18	3	3	4	10
4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	15	4	5	5	14
4	4	4	4	5	21	5	4	5	5	19	4	4	4	12
5	4	3	3	4	19	4	4	5	5	18	4	3	2	9
4	5	4	4	4	21	4	3	4	4	15	4	3	4	11
4	4	4	3	5	20	5	5	5	5	20	4	3	2	9
4	4	4	3	5	20	4	3	3	4	14	4	5	5	14
4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	15	5	4	4	13
4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	15	4	3	4	11
4	5	4	3	4	20	4	4	4	5	17	4	5	4	13
5	4	5	3	5	22	4	4	5	5	18	4	5	4	13
4	5	4	3	4	20	5	4	3	4	16	5	3	2	10
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18	4	4	4	12
5	5	4	3	4	21	4	5	4	5	18	4	5	5	14
4	4	3	4	4	19	4	4	3	5	16	4	3	5	12
4	4	3	4	5	20	4	4	4	5	17	4	4	4	12

Lampiran 4. Data Karakteristik Responden

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	36	36.0	36.0	36.0
Perempuan	64	64.0	64.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ekonomi Syariah	46	46.0	46.0	46.0
Ilmu Ekonomi	22	22.0	22.0	68.0
Perbankan Syariah	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2019	13	13.0	13.0	13.0
2018	23	23.0	23.0	36.0
2017	36	36.0	36.0	72.0
2016	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5. Uji Deskriptif Variabel Manfaat Penggunaan

Frequencies

		Statistics			
		UN1	UN2	UN3	UN4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.24	4.11	4.26	4.16
Std. Deviation		.588	.709	.676	.598
Minimum		3	2	3	3
Maximum		5	5	5	5

Frequency Table

		UN1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju (KS)	8	8.0	8.0	8.0
	Setuju (S)	60	60.0	60.0	68.0
	Sangat Setuju (SS)	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

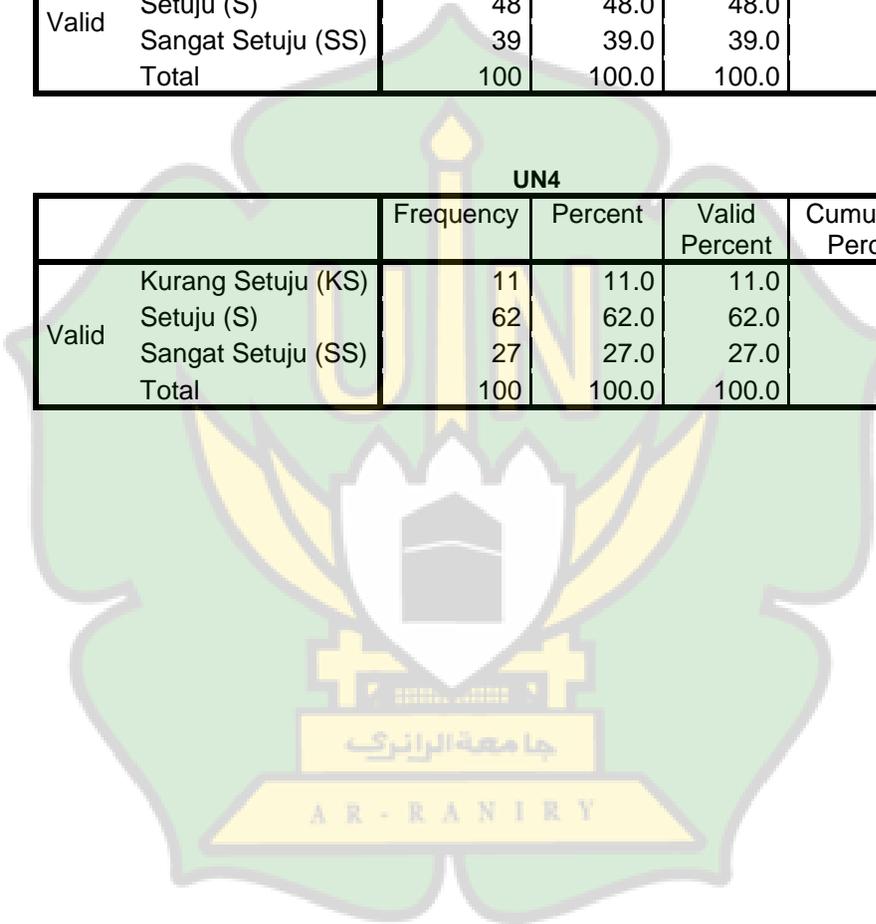
		UN2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju (TS)	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju (KS)	11	11.0	11.0	14.0
	Setuju (S)	58	58.0	58.0	72.0
	Sangat Setuju (SS)	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UN3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju (KS)	13	13.0	13.0
	Setuju (S)	48	48.0	61.0
	Sangat Setuju (SS)	39	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

UN4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju (KS)	11	11.0	11.0
	Setuju (S)	62	62.0	73.0
	Sangat Setuju (SS)	27	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0



Lampiran 6. Uji Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan

Frequencies

		Statistics			
		EOU1	EOU2	EOU3	EOU4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.05	4.16	3.94	4.03
Std. Deviation		.557	.631	.722	.658
Minimum		3	2	2	2
Maximum		5	5	5	5

Frequency Table

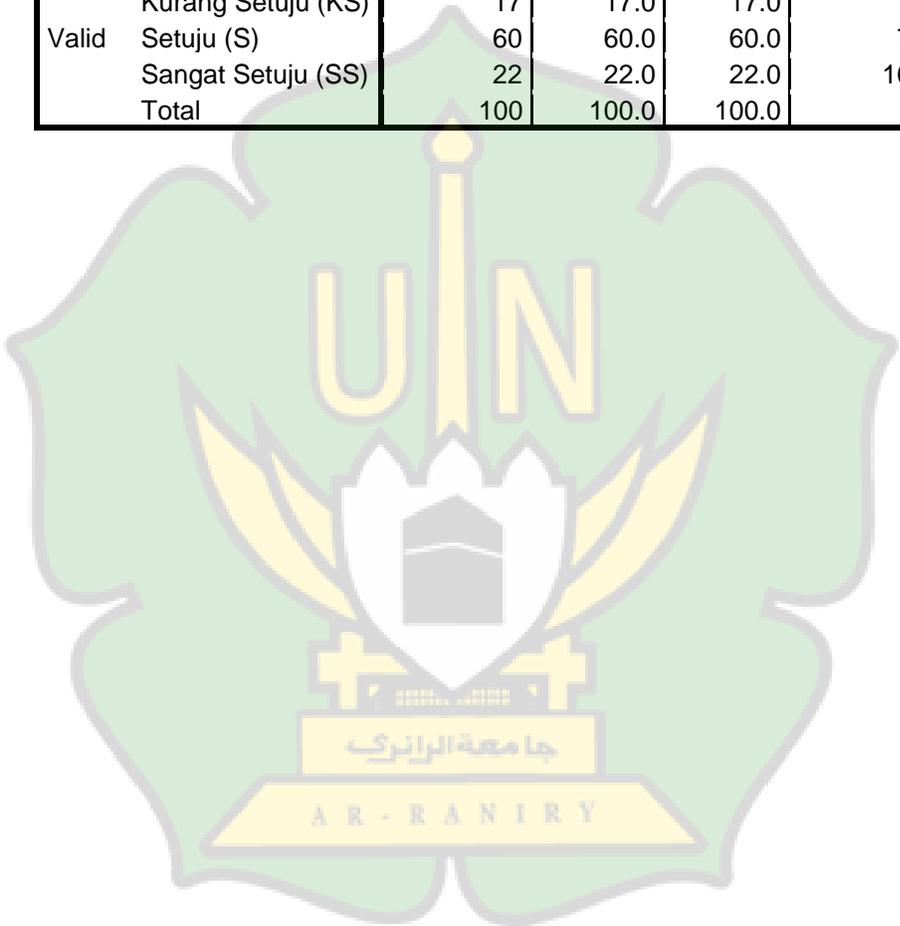
		EOU1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju (KS)	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju (S)	69	69.0	69.0	82.0
	Sangat Setuju (SS)	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		EOU2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju (TS)	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju (KS)	10	10.0	10.0	11.0
	Setuju (S)	61	61.0	61.0	72.0
	Sangat Setuju (SS)	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		EOU3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju (TS)	3	3.0	3.0	3.0
	Kurang Setuju (KS)	20	20.0	20.0	23.0
	Setuju (S)	57	57.0	57.0	80.0
	Sangat Setuju (SS)	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

EOU4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju (TS)	1	1.0	1.0	1.0
Kurang Setuju (KS)	17	17.0	17.0	18.0
Valid Setuju (S)	60	60.0	60.0	78.0
Sangat Setuju (SS)	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 7. Uji Deskriptif Persepsi risiko

Frequencies

		Statistics			
		PR1	PR2	PR3	PR4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.70	3.66	3.34	3.58
Std. Deviation		.927	1.007	1.233	1.288
Minimum		1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5

Frequency Table

PR1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju (TS)	9	9.0	9.0	10.0
	Kurang Setuju (KS)	29	29.0	29.0	39.0
	Setuju (S)	41	41.0	41.0	80.0
	Sangat Setuju (SS)	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PR2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju (TS)	10	10.0	10.0	12.0
	Kurang Setuju (KS)	31	31.0	31.0	43.0
	Setuju (S)	34	34.0	34.0	77.0
	Sangat Setuju (SS)	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PR3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	11	11.0	11.0	11.0
Tidak Setuju (TS)	13	13.0	13.0	24.0
Valid Kurang Setuju (KS)	25	25.0	25.0	49.0
Setuju (S)	33	33.0	33.0	82.0
Sangat Setuju (SS)	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PR4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju (STS)	10	10.0	10.0	10.0
Tidak Setuju (TS)	12	12.0	12.0	22.0
Valid Kurang Setuju (KS)	16	16.0	16.0	38.0
Setuju (S)	34	34.0	34.0	72.0
Sangat Setuju (SS)	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

جامعة الرانري

AR-RANIRY

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas

1. Manfaat penggunaan

		Correlations				
		UN1	UN2	UN3	UN4	Manfaat penggunaan
UN1	Pearson Correlation	1	.638**	.502**	.579**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
UN2	Pearson Correlation	.638**	1	.382**	.529**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
UN3	Pearson Correlation	.502**	.382**	1	.520**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
UN4	Pearson Correlation	.579**	.529**	.520**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Manfaat penggunaan	Pearson Correlation	.839**	.806**	.755**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Kemudahan penggunaan

		Correlations				
		EOU1	EOU2	EOU3	EOU4	Kemudahan penggunaan
EOU1	Pearson Correlation	1	.695**	.685**	.546**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
EOU2	Pearson Correlation	.695**	1	.642**	.596**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
EOU3	Pearson Correlation	.685**	.642**	1	.620**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
EOU4	Pearson Correlation	.546**	.596**	.620**	1	.818**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemudahan penggunaan	Pearson Correlation	.847**	.858**	.877**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. Persepsi risiko

		Correlations				
		PR1	PR2	PR3	PR4	Persepsi risiko
PR1	Pearson Correlation	1	.636**	.700**	.452**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PR2	Pearson Correlation	.636**	1	.664**	.636**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PR3	Pearson Correlation	.700**	.664**	1	.746**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PR4	Pearson Correlation	.452**	.636**	.746**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi risiko	Pearson Correlation	.789**	.847**	.919**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

4. Kepuasan Pelanggan

		Correlations				
		KP1	KP2	KP3	KP4	Kepuasan Pelanggan
KP1	Pearson Correlation	1	.576**	.575**	-.078	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.443	.000
	N	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.576**	1	.490**	.110	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.278	.000
	N	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.575**	.490**	1	.006	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.955	.000
	N	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	-.078	.110	.006	1	.571**
	Sig. (2-tailed)	.443	.278	.955		.000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.664**	.739**	.676**	.571**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas

1. Manfaat Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	4

2. Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	4

3. Persepsi Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	4

4. Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

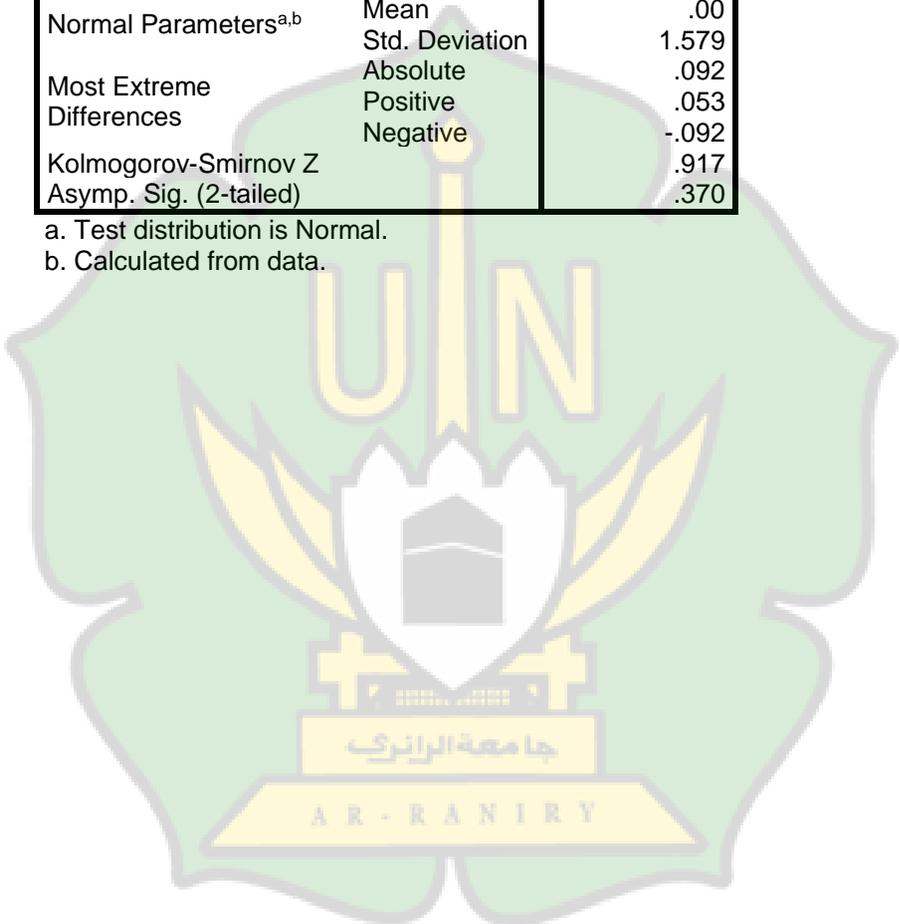
Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00
	Std. Deviation	1.579
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.053
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.917
Asymp. Sig. (2-tailed)		.370

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Lampiran 11. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.445	3	.482	11.695	.000 ^b
Residual	3.954	96	.041		
Total	5.399	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Persepsi risiko , Manfaat penggunaan ,
Kemudahan penggunaan



Lampiran 12. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.981	.346		5.722	.000
1 Manfaat penggunaan	.418	.116	.454	3.619	.000
Kemudahan penggunaan	.061	.107	.072	.569	.570
Persepsi risiko	.823	.754	.096	1.091	.278

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

