

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MELALUI *MOBILE*  
*BANKING* PADA BANK SYARIAH (STUDI PADA  
MASYARAKAT KOTA BANDA ACEH)**



**Disusun Oleh:  
Dilla Wanda  
NIM. 190603022**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M / 1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dilla Wanda  
NIM : 190603022  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
- 5. Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 25 Juli 2023  
Yang Menyatakan  
  
Dilla Wanda



## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

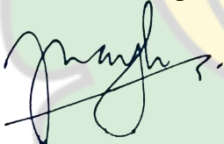
### **Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Minat Bertransaksi Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Dilla Wanda  
NIM. 190603022

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam Penyelesaian Studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Inayatillah, MA., Ek  
NIP. 1982080420140332002

Pembimbing II,



Jalilah, S.HI., M.Ag  
NIDN. 2005099002

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



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

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Minat Bertransaksi Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)

Dilla Wanda  
NIM: 190603022


Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang  
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 25 Juli 2023 M  
7 Muharram 1445 H


Banda Aceh

Dewan Penguji Sidang Skripsi

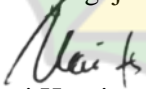
Ketua

  
Inayatillah, MA., Ek  
NIP. 1982080420140332002


Sekretaris

  
Jalilah, S.HI., M.Ag  
NIDN. 2005099002

Penguji I

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

Penguji II

  
Rika Mulia, M.B.A  
NIP.198906032020122013

Mengetahui

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

  
Dr. Hafas Furgani, M.Ec.  
NIP.1980062520090110091



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda  
Aceh Telp. 0651-7552921,7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dilla Wanda  
NIM : 190603022  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : [190603022@student.ar-raniry.ac.id](mailto:190603022@student.ar-raniry.ac.id)

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

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

yang berjudul:

**Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Minat Bertransaksi Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan memublikasikannya 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 : 25 Juli 2023

Mengetahui,

Penulis

Dilla Wanda

NIM. 190603022

Pembimbing I

Inayatillah, MA., Ek

NIP. 1982080420140332002

Pembimbing II

Jalilah, S.H.I., M.Ag

NIDN. 2005099002

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN



*“Dan Bersabarlah Kamu, Sesungguhnya Janji Allah Adalah Benar”*

**(Al-Quran Surat Ar-Rum:60)**

*“Balas Dendam Terbaik Adalah Menjadikan Dirimu Lebih Baik”*

**(Ali Bin Abi Thalib)**

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini.

Jazaakumullahu Khaira.

## KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Minat Bertransaksi Melalui Mobile Banking Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)*". Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW., yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis.

Shalawat beriring salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh kemuliaan seperti yang sedang kita rasakan saat ini. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan

skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani. M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah serta selaku penguji I dan Mukhlis, SH.I.,S.E, M.H., selaku staf akademik yang telah banyak membantu.
3. Inayatillah, MA., Ek sekretaris Program Studi Perbankan Syariah sekaligus pembimbing I yang telah membantu memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini
4. Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah memberikan arahan dalam menulis skripsi ini
5. Jalilah, S.HI., M.Ag selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
6. Rika Mulia, M.B.A selaku penguji II yang telah memberikan pemikiran kepada penulis serta arahan dalam penulisan skripsi.
7. Kepada masyarakat Banda Aceh yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
8. Teristimewa untuk Ibunda dan Ayahanda dan adik-adik tercinta, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang,



semangat dan dukungan doa yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini, serta.

9. Terimakasih teman-teman jurusan Perbankan Syariah seangkatan beserta sahabat-sahabat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi serta terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Semoga doa beserta segala bantuan yang diberikan menjadi amalan baik dan mendapat pahala yang setimpal.

Penulis menyadari tulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat, dan kepada Allah juga kita berserah diri. Amin.  
*Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...*

Banda Aceh, 25 Juli 2023  
Penulis

Dilla Wanda

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**  
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	Ẓ
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	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

**2. Vokal**

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف: *kaifa*

هول: *hau*

### 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
أَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يِ	<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

*al-Madīnatul Munawwarah*

*Ṭalḥah* : 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 Mahasiswa : Dilla Wanda  
NIM : 190603022  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam /Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)  
Pembimbing I : Inayatillah, MA., Ek  
Pembimbing II : Jalilah, S.HI., M.Ag

Peningkatan transaksi *mobile banking* di Indonesia salah satunya terjadi seiring dengan meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh pengetahuan, kepercayaan serta kemudahan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking*. Adapun nilai determinasi sebesar 0,469 hal ini menunjukkan bahwa 46,9% variabel pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan mampu menjelaskan variabel minat bertransaksi melalui *mobile banking*.

**Kata Kunci:** *Minat, Pengetahuan, Kepercayaan, Kemudahan*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>KARYA .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Perbankan Syariah.....	12
2.2 <i>Financial Technology</i> (FINTECH) .....	17
2.2.1 Jenis-Jenis <i>Financial Tecnology</i> .....	19
2.2.2 Peran dan Manfaat <i>Financial Technology</i> .....	20
2.2.3 <i>Financial Technology</i> Pada Bank .....	23
2.3 <i>Mobile Banking</i> .....	23
2.3.1 Definisi <i>Mobile Banking</i> .....	23
2.3.2 Cara Kerja <i>Mobile Banking</i> .....	26
2.3.3 Cara Kerja dan Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan <i>Mobile Banking</i> .....	27
2.3.4 Kekurangan Layanan dan Manfaat <i>Mobile                 Banking</i> .....	29
2.4 Minat .....	31
2.4.1 Definisi Minat .....	31

2.4.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat .....	34
2.4.3	Indikator Minat .....	37
2.5	Pengetahuan .....	39
2.5.1	Definisi Pengetahuan .....	39
2.5.2	Tingkatan Pengetahuan.....	40
2.5.3	Indikator Pengetahuan .....	42
2.6	Kepercayaan.....	43
2.6.1	Definisi Kepercayaan.....	43
2.6.2	Indikator Kepercayaan.....	45
2.6.3	Cara Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Pembelian Secara <i>Online</i> .....	46
2.7	Kemudahan.....	47
2.7.1	Definisi Kemudahan .....	47
2.7.2	Kemudahan Dalam Teknologi.....	48
2.7.3	Indikator Kemudahan .....	49
2.8	Penelitian Terdahulu .....	51
2.9	Hubungan Antar Variabel .....	60
2.10	Kerangka Berpikir .....	62
2.11	Hipotesis Penelitian.....	63
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>65</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	65
3.2	Lokasi Penelitian .....	65
3.3	Populasi dan Sampel .....	66
3.3.1	Populasi.....	66
3.3.2	Sampel.....	66
3.4	Jenis Data .....	68
3.5	Tehnik Pengumpulan Data .....	68
3.6	Skala Pengukuran .....	69
3.7	Definisi dan Operasional Variabel Penelitian .....	70
3.7.1	Definisi Variabel Penelitian.....	70
3.7.2	Operasional Variabel .....	70
3.8	Uji Instrumen.....	72
3.8.1	Uji Validitas .....	72
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	72
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	73
3.9.1	Uji Normalitas.....	73
3.9.2	Uji Multikolinieritas .....	74



3.9.3 Uji Heteroskedasitas .....	74
3.10 Uji Regresi Linear Berganda.....	75
3.11 Uji Hipotesis.....	76
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>80</b>
4.1 Gambaran Umum <i>Financial Technology</i> di Aceh ..	80
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	81
4.2.1 Karakteristik Responden.....	81
4.2.2 Deskripsi Variabel .....	87
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	91
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	91
4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas.....	93
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	94
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	95
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	96
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	98
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	100
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	100
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	102
4.6.3 Hasil Uji Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ).....	103
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	104
4.7.1 Pengaruh Pengetahuan (X <sub>1</sub> ) Penggunaan <i>Financial Technology</i> Terhadap Minat Bertransaksi Melalui <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Di Masyarakat Kota Banda Aceh .....	104
4.7.2 Pengaruh Kepercayaan (X <sub>2</sub> ) Penggunaan <i>Financial Technology</i> Terhadap Minat Bertransaksi Melalui <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Di Masyarakat Kota Banda Aceh .....	105
4.7.3 Pengaruh Kemudahan (X <sub>3</sub> ) Penggunaan <i>Financial Technology</i> Terhadap Minat Bertransaksi Melalui <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Di Masyarakat Kota Banda Aceh .....	106
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>108</b>

5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran.....	108

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Mobile Banking .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	55
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	70
Tabel 3. 2 Operasional Variabel .....	71
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	82
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	82
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	83
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan .....	84
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Aplikasi .....	85
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Mobile Banking .....	86
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Pengetahuan .....	87
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	88
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Kemudahan.....	89
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat .....	90
Tabel 4. 11 Uji Validitas .....	92
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas.....	93
Tabel 4. 13 Uji Multikolinieritas .....	96
Tabel 4. 14 Uji Regresi Linear Berganda .....	98
Tabel 4. 15 Uji Parsial .....	100
Tabel 4. 16 Uji Simultan .....	102
Tabel 4. 17 Uji Determinasi .....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	63
Gambar 4. 1 Uji Normalitas .....	95
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas .....	97



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesoner .....	118
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	126
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik .....	136
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....	144



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Periode revolusi pada 4.0 diawali dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, inovasi teknologi mulai bermunculan untuk memudahkan serta membuat semua transaksi di kalangan masyarakat serta perusahaan. Perkembangan teknologi digital telah meluas hampir ke seluruh aspek kehidupan mulai dari pembayaran, pembelian, ataupun transaksi lainnya yang mengubah gaya hidup masyarakat. Teknologi digital telah didukung dengan perkembangan teknologi internet yang mengalami perkembangan, sehingga memotivasi kemajuan layanan bisnis berstandar digital yang disebut *financial technology (fintech)* (Puspitasari, 2021).

Berbagai inovasi dalam teknologi baru diciptakan akan memberikan kemudahan kepada masyarakat bermunculan mulai dari *software* hingga berbentuk *hardware*. Salah satu perkembangan teknologi tersebut adalah *financial technology (fintech)* sebagai layanan keuangan yang inovatif dan berkembang secara bersamaan dengan pesatnya kemajuan teknologi. *Fintech* sekarang telah berkembang dengan pesat dalam berbagai bentuk dan *platform* baik bentuk *virtual wallet* ataupun *electronic money* pembayaran *mobile media* untuk perencanaan keuangan, investasi maupun untuk memperoleh pinjaman yang bersumber dari beberapa pemilik modal (*crowdfunding*) (OJK, 2018).

Pada fungsi pembayaran *fintech* mengutamakan jenis serta fungsi dari *virtual wallet* atau *electronic wallet* yang akan memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran dan pembelian. Industri perbankan dan telekomunikasi bersaing untuk menerbitkan produk-produk serta fitur dari uang elektronik guna memudahkan konsumen dalam menggunakan uang elektronik. Akan tetapi penerbitan produk dan fitur uang digital di ikuti oleh *fintech startup*. Contohnya adalah Dana Digital, OVO, *Gopay* dan lain sebagainya (Mahribi, 2016). Hal tersebut juga dimanfaatkan oleh perbankan dengan mengeluarkan *mobile banking*, yang bertujuan untuk mengikuti perkembangan *financial technology* (Nisa, 2018).

Perkembangan dari *Mobile Banking* di Indonesia bukan disebabkan oleh Bank akan tetapi semakin banyaknya tempat-tempat pembayaran yang mulai memanfaatkan teknologi dengan menggunakan *Mobile Banking* sebagai alat pembayaran seperti menggunakan QRIS atau kode QR sebagai media pembayaran. Dewasa ini *Mobile Banking* telah banyak digunakan dan menjadi alternatif pembayaran seperti pembayaran toll (*e-toll*), pembelian tiket dan pembayaran *merchant* yang menggunakan *mobile banking*. Dengan adanya *mobile banking* akan lebih memudahkan dan mempercepat konsumen dalam melakukan aktivitas jual beli (Rahmayani, 2018).

Perkembangan dari *mobile banking* membuat pengguna *mobile banking* menjadi naik pada tiap tahunnya. Peningkatan ini akan membuat pengetahuan dan pengenalan yang luas tentang

*mobile banking* dari masyarakat. Adapun peningkatan ini dapat dilihat dari tabel nilai transaksi menggunakan *mobile banking*.

**Tabel 1. 1**  
**Nilai Transaksi *Mobile Banking* Bulanan**

Tahun	Bulan	Nilai Transaksi (Dalam Miliar)	Pertumbuhan
2022	Juli	Rp4.359.688.	2,46%
	Agustus	Rp4.557.499	4,54%
	September	Rp4.509.779	-1,05%
	Oktober	Rp4.429.301	-1,78%
	November	Rp4.262.752	-3,76%
	Desember	Rp4.264.822	0,05%
2023	Januari	Rp4.561.349	6,95%
	Februari	Rp4.552.724	-0,19%
	Maret	Rp4.839.295	6,29%
	April	Rp5.024.088	3,82%

Sumber: Databoks (2023)

Databoks (2023) mencatat nilai transaksi melalui *mobile banking* mencapai Rp. 4.264.822 miliar per Desember 2022 kemudian mengalami peningkatan setiap bulannya seperti pada bulan Januari meningkat menjadi Rp4.561.349 atau dengan pertumbuhan 6,95% akan tetapi pada bulan Februari 2022 mengalami penurunan sebesar -0,19% atau dengan nilai transaksi sebesar Rp4.552.724. Kemudian nilai transaksi *mobile banking* meningkat kembali pada bulan Maret 2022 sebesar 6,29% dan peningkatan juga terjadi pada bulan April 2022 dengan peningkatan sebesar Rp5.024.088 atau 3,82%. Apabila dilihat dari bulan Juli 2022 sampai dengan April 2023 maka nilai transaksi *mobile banking* meningkat sebesar 14,30%.

Penggunaan *financial technology* meningkat pada bank di Indonesia, salah satunya adalah bank yang berbasis syariah telah menerapkan beberapa transaksi yang dapat digunakan melalui



*mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* sebagai alat pembayaran akan ditentukan bagaimana pengguna tersebut mampu menguasai fungsi dari *mobile banking*. Sehingga pengguna mampu mengetahui manfaat dan risiko dalam penggunaan *mobile banking*. Oleh sebab itu pengetahuan akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Apabila seseorang menguasai pengetahuan mengenai *mobile banking* maka minat dalam menggunakannya lebih besar daripada orang yang belum mengetahui fungsi serta cara memakai dari *mobile banking* sebagai alat untuk melakukan transaksi (Wahyudi, 2021).

Peningkatan transaksi *mobile banking* di Indonesia terjadi seiring dengan meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring. Selain itu, peningkatan transaksi juga didorong oleh perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital serta akselerasi *digital banking* (Faizah, 2020). Sehingga dengan adanya *digital banking* yang disediakan oleh bank syariah akan menarik minat nasabah dalam menggunakan produk dan jasa yang disediakan. Maka bank syariah bersaing untuk menjalin kerja sama dengan dalam menyediakan *electronic money*, selain itu bank syariah juga membuat *digital banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi *online*.

Bank syariah menawarkan beberapa keunggulan dalam menarik minat nasabah, minat dalam menggunakan *mobile banking* didasari oleh beberapa faktor yaitu pengetahuan masyarakat mengenai uang eletronik sehingga masyarakat mampu mempercayai

bahwa penggunaan *mobile banking* aman digunakan, selain pengetahuan dan kepercayaan, penggunaan *mobile banking* akan didasari oleh kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* tersebut. Maka, peningkatan *mobile banking* akan didorong oleh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan.

Selain itu *financial technology* juga telah mempengaruhi sistem keuangan pada perbankan, seperti hadirnya *mobile banking* yang akan dapat memudahkan masyarakat atau nasabah dari bank tersebut dalam melakukan transaksi. Di Banda Aceh saat ini dalam penggunaan uang digital semakin pesat, penggunaan *mobile banking* yang paling banyak digunakan adalah jenis pembayaran (*Payment*). Terutama masyarakat Banda Aceh menggunakan *mobile banking* pada pembayaran *merchant* makanan dan minuman, rekening listrik, pulsa, transfer dan lain sebagainya. Perkembangan *mobile banking* memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas ekonomi, sehingga banyaknya usaha-usaha yang mulai memanfaatkan *mobile banking* untuk menarik minat masyarakat kota Banda Aceh.

Adapun fokus penelitian ini adalah minat masyarakat kota Banda Aceh dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*, variabel yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* diantaranya adalah pengetahuan tentang *mobile banking* kepercayaan masyarakat kota Banda Aceh dan kemudahan yang diberikan dalam melakukan aktivitas ekonomi seperti jual beli.

Pengetahuan merupakan hasil dari mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah di alami baik

secara sengaja maupun tidak sengaja dan terjadi setelah orang melakukan kontak atau pengamatan terhadap suatu objek tertentu. Sehingga pengaruh pengetahuan pada penggunaan *mobile banking* merupakan hal yang penting dalam meningkatkan minat dalam menggunakannya, maka pengetahuan yang meliputi rasa tahu serta pengalaman dalam menggunakan *mobile banking* akan mampu meningkatkan rasa dalam menggunakan *mobile banking* (Weber, 2007).

Selain pengetahuan, kepercayaan juga diperlukan oleh seseorang dalam menggunakan *mobile banking*, kepercayaan merupakan keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan. Sehingga keyakinan atau kepercayaan akan mampu mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking* seperti kepercayaan dalam kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking* (Hendratmoko, 2019).

Kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking* merupakan kemudahan dalam mengakses pembiayaan dengan cara menjadikan transaksi baik membeli maupun membayar dengan lebih *modern*. Dalam penggunaan *mobile banking* tidak diperlukannya pertemuan antara pembeli dan penjual. Selain itu pengguna *mobile banking* dapat mengakses hanya melalui *smartphone*. Kemudahan dapat diukur dengan mudahnya seseorang dalam menggunakan atau

mengoperasikan sebuah teknologi atau kemudahan dalam *mobile banking* (Pratiwi, 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2018) menyatakan bahwa pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki seseorang akan mampu meningkatkan minat dalam menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi. Pupitasari (2021) bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat. Rina (2020) menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan akan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Sedangkan faktor pengetahuan dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh dalam menggunakan *Mobile Banking*. Maka berdasarkan *research gap* diatas adanya beberapa hasil yang berbeda, penggunaan variabel yang berbeda dan juga cara penelitian yang berbeda. Sehingga penelitian terbaru diperlukan untuk validasi akan pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan *Mobile Banking* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*.

Adapun pada penelitian akan menjadikan masyarakat Banda Aceh sebagai lokasi penelitian, hal ini dikarenakan banyaknya bank serta pengguna *Mobile Banking* yang dapat ditemui seperti pengguna BSI *Mobile Banking*, Bank Aceh Action, PermataXMobile dan *mobile banking* lainnya. Selain itu kota Banda Aceh merupakan ibukota provinsi Aceh sehingga menjadi pusat ekonomi sehingga banyak transaksi yang terjadi pada kota Banda Aceh. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti

permasalahan pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan *Mobile Banking* terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*. Sehingga judul penelitian ini adalah: **“Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas masalah yang dirumuskan adalah terkait dengan faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan transaksi secara *online* pada bank syariah yang difokuskan pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh?
2. Bagaimana kepercayaan penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh?
3. Bagaimana kemudahan penggunaan *financial technology* berpengaruh terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh?

4. Bagaimana pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari masalah yang telah dirumuskan diatas, diantaranya adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *Mobile*

*Banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi yang bernilai ilmiah sebagai pengembangan khazanah ilmu pengetahuan pada bidang perbankan syariah. Serta hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya serta untuk menambah pengalaman dan wawasan mengenai pengaruh kepercayaan, pengetahuan dan kemudahan penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya. Serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadikan gambaran serta referensi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* di bank.

3. Manfaat Kebijakan  
Memberikan arahan kebijakan dan pengembangan dalam *financial technology* pada *mobile banking* dalam menjalankan kegiatannya yang telah ditetapkan sesuai ketentuan yang berlaku.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penelitian ini, maka sistematika penulisannya adalah :

Bab I pendahuluan, dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II landasan teori, dalam bab ini akan membahas mengenai penelitian telaah pustaka, landasan teori, definisi yang mendukung penelitian dan hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, dalam bab ini akan membahas mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, teknik pengambilan data serta metode yang digunakan dalam menganalisis data.

Bab IV hasil dan pembahasan penelitian, dalam bab ini akan membahas mengenai analisis data yang ditemukan yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan.

Bab V penutup, dalam bab ini akan membahas mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan oleh penulis kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Perbankan Syariah**

Pengertian bank pada awal dikenalnya adalah meja tempat menukar uang. Lalu pengertiannya berkembang menjadi tempat menyimpan uang dan seterusnya. Pengertian ini tidaklah salah, karena pengertian pada saat itu sesuai dengan kegiatan bank pada saat itu. Namun, semakin modernnya perkembangan dunia perbankan maka pengertian bank pun berubah pula. Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat umum (Kasmir, 2009). Bank pada dasarnya adalah entitas yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau melakukan tugas intermediasi keuangan. Ada dua jenis sistem operasional perbankan dalam sistem perbankan Indonesia: bank konvensional dan bank syariah.

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim* dan objek yang haram (Andrianto & Firmansyah, 2019).

- a. Menurut Rivai (2017) Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam.
- b. Menurut Damayanti (2021) Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-quran dan Hadist.
- c. Menurut Yusuf dan Wirsono (2011) Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep bagi risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.
- d. Menurut Muhammad (2014), Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan

pembiayaan dan jasa-jasa seperti menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang yang pengoperasiannya disesuaikan berdasarkan prinsip syariah Islam, yang berlandaskan pada Al-quran dan Sunnah Rasulullah SAW sebagai dasar hukumnya.

- e. Menurut Iska (2012), Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak bergantung pada bunga. Menurut definisi lain, bank syariah ialah lembaga perbankan yang selaras dengan sistem nilai dan etos Islam. Dengan kata lain, bank syariah ialah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan syariat Islam dan menggunakan kaidah-kaidah fiqih.

Jadi, perbankan syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.

Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu: untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang

membutuhkan dana dari bank, dan untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah (Andrianto & Firmansyah, 2019).

1. Fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *mudharabah*.

2. Fungsi bank syariah sebagai penyalur dana kepada masyarakat

Fungsi bank syariah yang kedua ialah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Dalam hal ini bank syariah akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank syariah atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.

Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad

jual beli, maka return yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisih antara harga jual kepada nasabah dan harga beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.

3. Fungsi bank syariah memberikan pelayanan jasa bank

Fungsi bank syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah juga memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, dan lain sebagainya.

Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah

kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa tersebut, maka bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.

## **2.2 Financial Technology (FINTECH)**

Bank Indonesia (BI) mendefinisikan *Fintech* sebagai fenomena yang memiliki perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan yang mengubah model bisnis dan penghalang model keuangan yang lemah. Hal tersebut bertujuan untuk masuk yang mengarahkan pada peningkatan pemain dalam menjalankan layanan serta membantu inklusi keuangan, hal tersebut bertujuan untuk masuk yang mengarahkan pada peningkatan pemain dalam menjalankan layanan serta membantu inklusi keuangan (Huei *et al*, 2018). Sedangkan menurut Weber (2017) *Fintech* merupakan sebuah industri yang bergerak dengan cepat dan dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang menggunakannya.

*Fintech* merupakan salah satu yang mewakili industri baru yang menggabungkan semua inovasi yang terdapat pada jasa keuangan menjadi satu yang dikemas melalui perkembangan baru dalam teknologi (Pribadiono, 2016). Industri *Fintech* merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer pada era digital sekarang ini, pembayaran digital menjadi salah satu sektor dalam industri *Fintech* yang paling berkembang di Indonesia. Sektor ini yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintahan dan

masyarakat untuk dapat mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan (Bank Indonesia, 2016). Sehingga dengan perkembangan zaman, maka *Fintech* menjadi sebuah industri yang menjanjikan hal tersebut didasarkan oleh alasan penggunaan teknologi baru. Sehingga akan memberikan kemudahan dan waktu yang lebih cepat daripada sebelum menggunakan teknologi *Fintech*. Penggunaan *Fintech* yang menawarkan beberapa keunggulan akan memberikan daya tarik tersendiri kepada konsumen yang menggunakan teknologi tersebut (Wei, 2016).

*Fintech* merupakan sebuah inovasi yang mampu mentransformasikan suatu sistem atau pasar yang eksiting, dengan cara memperkenalkan kemudahan, manfaat, kenyamanan dan biaya yang ekonomis yang dikenal dengan istilah inovasi disruptif (*disruptive innovation*). Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Christensen dan Bower pada tahun 1995 dalam penelitiannya yang berjudul "*Disruptive Innovation : Catching the Wave*" yang diterbitkan oleh *Harvard Business Review*. Fenomena tersebut muncul dalam industri keuangan dengan skala global, mulai dari struktur industrinya, teknologi intermediasinya, hingga model pemasarannya pada konsumen, keseluruhan perubahan ini mendorong munculnya fenomena baru yang disebut *Financial Technology (Fintech)* (Priadiono, 2016).

### 2.2.1 Jenis-Jenis *Financial Tecnology*

Bank Indonesia (2017) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada OJK dipisahkan dengan beberapa kategori meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan manajemen risiko, pembiayaan, dan penyediaan modal serta jasa finansial lainnya. Harir (2020) mengemukakan bahwa jenis-jenis dari *Fintech* terbagi menjadi empat jenis, yaitu :

#### 1. *Peer to peer lending dan crowdfunding*

*Crowdfunding* merupakan pengalangan dana yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang digunakan untuk mendanai suatu karya tertentu. Dana yang didapatkan akan digunakan untuk disumbangkan kepada korban bencana ataupun kegiatan kemanusiaan lainnya. Dengan kata lain *crowdfunding* merupakan sebuah layanan yang bertujuan untuk pembiayaan sosial masal. Sedangkan *peer to peer lending* (P2P) merupakan sebuah layanan penerima pembiayaan dana kepada masyarakat. Pembiayaan dana tersebut dapat berupa dana dari masyarakat sendiri maupun dari perusahaan yang bertujuan untuk memperbaiki dan membantu ekonomi masyarakat, layanan ini diprogramkan khusus untuk masyarakat yang ingin membangun UMKM dan lain sebagainya.

#### 2. *Market Aggregator*

*Market aggregator* merupakan *website* yang disediakan oleh layanan keuangan dengan manfaat untuk memberikan referensi bagi pengguna serta untuk membandingkan antara layanan keuangan dengan layanan keuangan lainnya yang akan menjadi



pilihan. Contoh dari *market aggregator* seperti kredit tanpa agunan, asuransi, dan lain sebagainya.

### 3. Manajemen Risiko dan Investasi

*Platform* ini akan bertujuan dalam menyusun perencanaan keuangan yang berbasis digital, para pengguna akan dibantu untuk membuat suatu model investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

### 4. *Payment, Settlement* dan *Clearing*

Kategori *payment, settlement* dan *clearing* terdapat pada *electronic wallet* yang akan menyediakan fitur pembayaran, perputaran keuangan dan melindungi setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna.

## 2.2.2 Peran dan Manfaat *Financial Technology*

*Fintech* juga memiliki peran penting dalam mengubah perilaku konsumen serta ekspektasi konsumen diantaranya yaitu dapat mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja, serta menyamaratakan bisnis besar dan kecil sehingga cenderung untuk memiliki ekspektasi tinggi meski terhadap bisnis kecil yang baru dibangun (Muzdalifa, 2018).

Selain itu teknologi informasi juga sangat berperan penting terhadap keberadaan *Fintech*. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (2016) teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses,

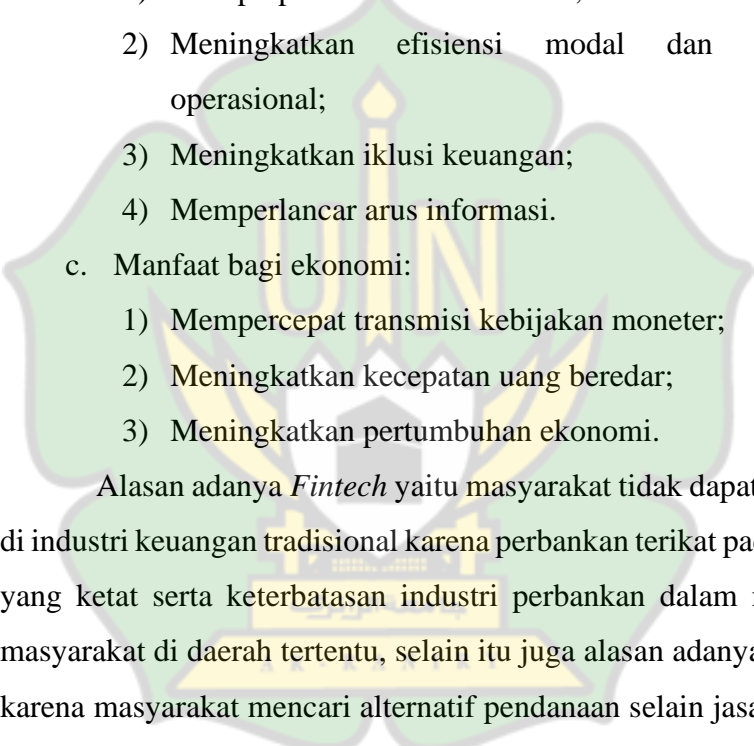
mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi di bidang layanan jasa keuangan.

Peranan teknologi informasi pada aktivitas manusia pada saat ini memang begitu besar. Teknologi informasi telah menjadi fasilitator utama bagi kegiatan bisnis, memberikan andil yang besar terhadap perubahan yang mendasar pada struktur, operasi, dan manajemen organisasi. Peranan teknologi informasi dapat berupa salah satu dari berikut (Elviana, 2008) :

- a. Teknologi informasi menggantikan peran manusia, dalam hal ini teknologi informasi melakukan otomasi terhadap suatu tugas atau proses.
- b. Teknologi memperkuat peran manusia, yakni dengan menyajikan informasi terhadap suatu tugas atau proses.

*Fintech* dengan layanan keuangan seperti *crowdfunding*, *mobile payments*, dan jasa transfer uang menyebabkan revolusi dalam bisnis *startup*. Dengan *crowdfunding*, bisa memperoleh dana dari seluruh dunia dengan mudah, bahkan dari orang yang tidak dikenal sekalipun. *Fintech* juga memungkinkan transfer uang secara global atau internasional.

Menurut Bank Indonesia (2018) perkembangan *Fintech* memberikan beberapa manfaat bagi konsumen, pelaku bisnis maupun bagi perekonomian, mafaat dari *financial technology* adalah sebagai berikut :

- 
- a. Manfaat bagi konsumen:
    - 1) Perluasan pilihan produk;
    - 2) Peningkatan kualitas layanan;
    - 3) Penurunan harga.
  - b. Manfaat bagi pelaku bisnis:
    - 1) Memperpendek rantai transaksi;
    - 2) Meningkatkan efisiensi modal dan resiliensi operasional;
    - 3) Meningkatkan inklusi keuangan;
    - 4) Memperlancar arus informasi.
  - c. Manfaat bagi ekonomi:
    - 1) Mempercepat transmisi kebijakan moneter;
    - 2) Meningkatkan kecepatan uang beredar;
    - 3) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Alasan adanya *Fintech* yaitu masyarakat tidak dapat dilayani di industri keuangan tradisional karena perbankan terikat pada aturan yang ketat serta keterbatasan industri perbankan dalam melayani masyarakat di daerah tertentu, selain itu juga alasan adanya *Fintech* karena masyarakat mencari alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional karena masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan serta biaya layanan keuangan yang efisien dan menjangkau masyarakat luas.

### **2.2.3 *Financial Technology* Pada Bank**

*Financial Technology* pada bank adalah *Mobile Banking*, yang dapat memudahkan dalam melakukan transaksi dengan waktu yang lebih efisien. *Mobile Banking* merupakan sebuah fasilitas perbankan yang diakses melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang dalam bentuk *cash* (Harahap, 2018). Menurut Andriyani (2017), *Mobile Banking* adalah layanan perbankan melalui saluran via *wireless* atau menggunakan internet pada sebuah aplikasi untuk mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi.

Afandi (2021) *Mobile Banking* merupakan bagian *electronic Banking* yang menggunakan teknologi *Mobile Phone* dengan beberapa tujuan untuk mempermudah dan meningkatkan kinerja dari konsumen. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan *Mobile Banking* adalah fasilitas yang disediakan dalam bentuk digital yang dapat diakses dari *handphone* dengan fungsi yang hampir sama dengan ATM kecuali penarikan uang dalam bentuk *cash*.

## **2.3 *Mobile Banking***

### **2.3.1 *Definisi Mobile Banking***

*Mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan

fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone (Nurastuti, 2011).

Layanan mobile banking sendiri adalah suatu layanan perbankan yang juga dapat diakses langsung melalui ponsel seperti SMS banking, namun memiliki tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. Bank bekerja sama dengan operator seluler, sehingga dalam SIM Card (kartu chips seluler) Global For Mobile Communication sudah dipasangkan program khusus untuk bisa melakukan transaksi perbankan. Proses transaksi nasabah akan lebih mudah pada mobile banking dibandingkan dengan SMS Banking, diantaranya ada beberapa transaksi yang dapat dilakukan dalam mobile banking, yaitu transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, handphone, listrik, asuransi) dan pembelian pulsa isi ulang atau saham (OJK, 2018).

Layanan mobile banking digunakan dengan perangkat smart phone perangkat seperti blackberry, apple, dan HP dengan sistem operasi berbasis android serta windows. Nasabah bank syariah dapat menggunakan layanan mobile banking setelah mengunduh aplikasi mobile banking melalui aplikasi pendukung smart phone seperti blackberry world dan google play store. Nasabah bank syariah yang menggunakan aplikasi mobile banking tidak dikenakan biaya pulsa HP tetapi menggunakan kuota data internet. Setelah transaksi keuangan nasabah bank syariah hendak digunakan, barulah bank syariah mengenakan fee atas penggunaan layanan mobile banking seperti biaya transfer ke rekening bank lain, fee pembayaran

rekening air, telepon, dan fee pembelian pulsa HP (Yusmad,2018). Menurut Sumarwan (2017) juga menjelaskan bahwa mobile banking merupakan layanan perbankan yang disediakan oleh bank melalui media telepon. Hampir sama seperti internet banking yang menyebabkan nasabah tidak perlu ke bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pesan singkat (sms) ke pusat layanan yang disediakan oleh bank.

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (Subscriber Identity Module) Card, USSD (Unstructured Supplementary Service Data), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking (Bolon, 2015).

Layanan mobile banking berbeda dengan layanan electronic banking lainnya seperti SMS banking dan internet banking. Dimana layanan mobile banking ini merupakan fasilitas layanan yang disediakan oleh perbankan melalui media handphone, dengan penyediaan fasilitas layanan hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. Sedangkan SMS banking merupakan layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan media SMS (short message service). Dan internet

banking merupakan layanan yang disediakan oleh perbankan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Wulandari & Moeiono, 2017).

### **2.3.2 Cara Kerja Mobile Banking**

Untuk menggunakan mobile banking, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan mobile banking dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada SIM Card atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan mobile banking melalui menu yang telah tersedia pada SIM Card, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta untuk memasukkan PIN SMSBanking saat menjalankan transaksi. Sedangkan apabila nasabah menggunakan mobile banking melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN saat menjalankan transaksi (Bolon, 2015).

### **2.3.3 Cara Kerja dan Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Mobile Banking***

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *mobile banking*. Bolon (2015) dalam penelitiannya menginventarisir enam faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu:

1. Keamanan sistem m-banking

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media m-banking merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan m-banking. Semakin mudah konsumen dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara *mobile* akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.



### 3. Privasi pengguna

Dalam sistem layanan perbankan/transaksi keuangan secara mobile, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebarluaskan dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan m-banking.

### 4. Keandalan layanan

Transaksi keuangan secara mobile memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

### 5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan m-Banking adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan m-banking nya.

### 6. Kecepatan

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/ tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara mobile. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara mobile. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada

provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan sinyal (Bank Rakyat Indonesia, 2010).

#### **2.3.4 Kekurangan Layanan dan Manfaat *Mobile Banking***

Namun demikian juga terdapat kekurangan-kerungan yang ada pada layanan mobile banking ini, yaitu secara umum terdapat empat resiko spesifik yang terkait dengan penggunaan m-banking, sebagai berikut:

1. *Transaction/Operations Risk*, risiko yang timbul atau berasal dari fraud, kesalahan dalam proses, gangguan sistem atau kegiatan tidak terduga yang menimbulkan kerugian bagi bank maupun nasabah.
2. *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan corporate image dari bank itu sendiri apabila layanan mobile banking-nya tidak berjalan dengan baik.
3. *Outsourcing Risk*, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai provider sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
4. *Credit Risk*, risiko kredit dapat timbul apabila Bank memberikan kredit melalui media elektronik misalnya produk kartu kredit (Bank Indonesia, 2007).

Dalam melaksanakan aktivitas layanan m-banking, bank akan menghadapi risiko spesifik seperti yang disebutkan di atas akibat penyediaan dan penggunaan teknologi informasi. Untuk itu bank harus melakukan mitigasi atas risiko yang mungkin terjadi dalam layanan m-banking dengan memperhatikan prinsip pengendalian pengamanan data nasabah dan transaksi m-banking.

Menurut Riswandi (2015:87) Mobile Banking memiliki manfaat yang cukup banyak bagi penggunanya, yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan Layanan Layanan Mobile Banking memiliki kelebihan dibandingkan internet banking karena relatif mudah dalam mendapatkan konektivitas, sedangkan untuk internet banking tidak semua tempat ada jaringan internet. Hal ini memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan sehingga menghemat banyak waktu.
2. Keragaman Fitur Fitur yang sederhana membuat mobile banking melalui ponsel sangat mudah untuk dimengerti. Semua instruksi diberikan secara mudah dan rinci sehingga efektif dari segi biaya. Selain itu fasilitas mobile banking mempunyai biaya yang rendah dibandingkan online banking.
3. Keamanan Dari sisi keamanan mobile banking bisa mengurangi resiko penipuan karena nasabah akan mendapatkan SMS ketika terdapat aktivitas pada rekening

nasabah baik setoran, penarikan uang, atau transfer antar rekening.

4. Biaya Bank juga merasa untung dengan layanan Mobile banking karena bisa mengurangi biaya dari tele-banking dan lebih ekonomis, selain itu fasilitas tambahan ini bisa mempermudah konsumen melakukan transaksi, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah mereka. Selain itu bank juga merasa lebih dekat dan dapat menjangkau nasabah mereka dengan mobile banking.
5. Produk Layanan Produk bank juga bisa dipromosikan dengan mudah melalui iklan layanan *mobile banking* seperti kartu kredit, pinjaman, dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu. Selain promosi produk, berbagai layanan bank yang bisa diakses melalui mobile banking meliputi informasi pembayaran rekening, informasi jumlah tabungan, histori transaksi, fasilitas pengiriman uang, dan lainsebagainya dapat diakses langsung melalui handphone nasabah.

## **2.4 Minat**

### **2.4.1 Definisi Minat**

Wibowo (2006) berpendapat bahwa minat merupakan sebuah kondisi nyata tentang penggunaan sistem dalam konteks teknologi penggunaanya dapat diukur melalui frekuensi dari penggunaan dan durasi penggunaan teknologi tersebut. Sehingga minat dapat diukur dengan jumlah waktu yang telah digunakan

dalam menggunakan suatu teknologi dan besarnya frekuensi penggunaan teknologi (Pavlou, 2003). Seseorang akan merasa puas apabila menggunakan sistem tersebut mudah dalam penggunaan dan dapat meningkatkan produktifitasnya dalam pekerjaan.

Minat merupakan sebuah bentuk dari psikomotor eksternal yang dapat diukur dari frekuensi seseorang dengan penggunaan nyata (Davis, 1989). minat memiliki konsep pengukuran yang didasarkan pada frekuensi atau durasi pemakaian terhadap penggunaan sebuah teknologi (Wibowo, 2016). sedangkan menurut Jogyanto (2007) minat dapat diukur dari pemakaian sebuah teknologi yang dipakai secara berulang-ulang, dengan rutin atau sering dipakai.

Menurut Kotler dan Keller (2012) minat merupakan suatu yang dapat ditimbulkan ketika melihat ransangan dari sebuah produk yang telah dilihatnya. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) berpendapat bahwa minat merupakan suatu aspek dari psikis manusia yang dapat menimbulkan keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara itu Slameto (2003) minat merupakan suatu kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan serta mengenang dari beberapa aktivitas atau kegiatan.

Jadi seseorang yang berminat terhadap sebuah teknologi maka akan memperhatikan teknologi tersebut, pasti dilandaskan dengan rasa senang dalam menggunakan teknologi, sehingga timbulnya rasa senang maka secara konsisten seseorang tersebut

akan menggunakannya dimasa yang akan datang. Sehingga bisa diartikan bahwa minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan teknologi dan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu tertentu karena timbul karena kebutuhan baik yang dirasa maupun yang tidak dirasakan atau sebuah keinginan hal tertentu.

Minat dalam menggunakan teknologi merupakan peningkatan yang frekuensi dan jumlah dalam menggunakan teknologi (Venkatesh, 2008). Maka minat dalam teknologi akan mempengaruhi waktu dan jumlah penggunaanya. Minat dalam menggunakan teknologi dapat dipengaruhi oleh banyak hal, seperti penguasaan dalam penggunaan teknologi atau pengetahuan, kepercayaan serta kemudahan yang diterima saat menggunakan teknologi.

Minat dalam konteks teknologi digolongkan berhasil apabila dengan menggunakan teknologi dapat membuat pekerjaan lebih mudah, efisien dan meningkatkan profit serta produktivitas. Minat akan menimbulkan rasa puas terhadap pengguna, sehingga pengguna merasa akan adanya kemudahan dan manfaat yang dihasilkan yang akan menimbulkan pemakaian secara rutin. Davis (1986) menyatakan bahwa minat mempunyai definisi dari perilaku yang dimaksudkan suatu tingkatan dari seberapa kuat keinginan seseorang dalam melakukan suatu hal tertentu.

## 2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang dapat menimbulkan perasaan atau minat dalam menggunakan sesuatu adalah sebagai berikut (Al-Smadi, 2012) :

1. Faktor kebutuhan dari dalam

Minat dapat ditimbulkan dari ransangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan kebutuhan atau yang diinginkan oleh seseorang, misalnya kecenderungan terhadap belajar, dalam konteks ini seseorang mempunyai rasa ingin tahu yang besar terhadap ilmu pengetahuan.

2. Faktor motif sosial

Minat seseorang juga dapat ditimbulkan dari baik pengaruh sosial maupun pengaruh dari dalam sendiri, misalnya seseorang yang mempunyai minat dalam menggunakan produk yang *hype* pada saat itu sehingga minat untuk menggunakan produk tersebut muncul yang disebabkan oleh pengaruh sosial.

3. Faktor emosional

Minat seseorang yang ditimbulkan oleh perasaan dirinya sendiri, misalnya kemudahan dan manfaat yang diterima dalam menggunakan *financial technology* sehingga rasa senang dari seseorang tersebut muncul untuk menggunakannya.

Sedangkan menurut Djaali (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi minat terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal dan eksternal dalam mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

### 1. Faktor Internal

#### a. Daya Tarik

Daya tarik merupakan sesuatu yang dimiliki oleh *financial technology* dari segi keunikan, kemudahan, fitur yang dimiliki dan lain sebagainya.

#### b. Motivasi

Motivasi merupakan kekuatan yang mendorong dari dalam diri manusia yang membuat dirinya melakukan sesuatu, dorongan tersebut disebabkan oleh suatu kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi.

#### c. Persepsi

Persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seseorang individu, oleh karena itu tiap orang akan memberikan arti kepada stimulus atau penyebab dengan berbeda-beda.

#### d. Pembelajaran

Proses belajar akan terjadi apabila pembeli ingin menggapai dan memperoleh suatu



keputusan atau sebaliknya terjadi apabila pembeli atau pengguna merasa dikecewakan oleh produk atau teknologi yang kurang baik, pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, ransangan, petunjuk bertindak dan tanggapan serta pengukuran.

e. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan (*believe*) merupakan gambaran pemikiran yang dimiliki oleh seseorang mengenai suatu hal. Salah satu elemen yang menonjol adalah perasaan emosional baik yang positif maupun negatif.

Sikap (*attitude*) merupakan faktor penentu perilaku karena sikap berhubungan dengan persepsi, keperibadian serta motivasi. Sehingga sikap sebagai bahan evaluasi, perasaan emosional serta kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

2. Faktor Eksternal

a. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok yang terdekat dari individu, sehingga faktor keluarga akan

mampu mempengaruhi seseorang dalam menggunakan *financial technology*.

b. Masyarakat dan Teman

Lingkungan atau budaya pada masyarakat juga akan dapat mempengaruhi penggunaan *financial technology*. Minat akan timbul apabila kebanyakan masyarakat menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi, begitu juga teman dalam lingkungan.

### **2.4.3 Indikator Minat**

Minat seseorang antara satu dengan yang lainnya berbeda, seiring dengan berjalannya waktu minat seseorang dapat berubah, seseorang biasanya berperilaku dengan kesadaran penuh, bahwa mereka dapat mempertimbangkan beberapa aspek dari informasi yang tersedia dan secara eksplisit ataupun implisit juga akan mempertimbangkan implikasi dari tindakan yang dilakukannya, aspek yang menjadi pertimbangan (Jogiyanto, 2007).

Minat merupakan suatu keinginan dari seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan ataupun perilaku tertentu. Sehingga, apabila seseorang menilai sebuah produk adanya suatu kemudahan yang dirasakan pada sebuah produk maka disaat itulah akan mendatangkan minat untuk menggunakan produk tersebut. Menurut dari penelitian Muntianah (2012) dalam minat terhadap penggunaan

teknologi terdapat 5 indikator yang digunakan untuk mengukur minat seseorang terhadap produk, yaitu :

1. Frekuensi penggunaan

Frekuensi penggunaan merupakan penggunaan terhadap sebuah produk tertentu dengan jumlah pemakaian yang dapat digolongkan sering dan seseorang dalam pemakaian produk tersebut secara rutin.

2. Penggunaan yang didasarkan pada faktor emosional

Minat dalam menggunakan sebuah produk dapat diketahui apabila seseorang yang menimbulkan perasaan yang senang dalam menggunakan sebuah produk. Perasaan senang dapat ditimbulkan karena fungsi atau manfaat dari sebuah produk yang dapat meningkatkan kinerjanya dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

3. Penggunaan karena kebutuhan

Penggunaan pada sebuah produk yang didasarkan oleh kebutuhan akan menimbulkan ketergantungan atau minat dalam menggunakan produk tersebut.

4. Penggunaan seterusnya

Minat seseorang akan dapat menimbulkan penggunaan seterusnya, yaitu pemakaian sebuah produk dengan jangka waktu seterusnya yang artinya, seseorang akan menggunakan sebuah produk dimasa sekarang dan akan terus menerus sampai ke masa yang akan datang.

## 5. Kepuasan penggunaan

Kepuasan dalam penggunaan akan menimbulkan rasa senang sehingga sebuah produk mendapatkan iklan secara gratis (*free advertising*) yang didapatkan dari seseorang yang menggunakan produk tersebut.

## 2.5 Pengetahuan

### 2.5.1 Definisi Pengetahuan

Pengetahuan berarti segala sesuatu yang diketahui atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut Notoatmodjo (2018), pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang. Karena itu, dari pengalaman dan penelitian ternyata perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Pengetahuan merupakan hasil dari mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah di alami baik secara sengaja maupun tidak sengaja dan terjadi setelah orang melakukan kontak atau pengamatan terhadap suatu objek tertentu (Mubarak, 2019).

Pengetahuan dalam Bahasa Inggris disebut *knowledge* yang secara umum dapat diartikan sebagai suatu pemahaman (*understanding*) atau sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh seseorang (Setyosari, 2013). Sedangkan menurut Sopiha (2013) pengetahuan adalah informasi yang disimpan di dalam ingatan.

Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui atau segala sesuatu yang berkenaan dengan hal yang dikenali. Pengetahuan dalam Islam adalah himpunan pengetahuan manusia yang dikumpulkan melalui proses pengkajian dan dapat dinalar atau diterima oleh akal.

Dalam pemikiran sekuler, pengetahuan mempunyai tiga karakteristik yaitu: objektif, netral dan bebas nilai. Sedangkan dalam pemikiran Islam tidak boleh bebas nilai baik nilai lokal maupun nilai universal. Sumber pemikiran dalam Islam ada dua yaitu akal dan wahyu, keduanya tidak boleh dipertentangkan. Pengetahuan yang bersumber dari wahyu Allah bersifat abadi dan tingkat kebenarannya mutlak. Sedangkan pengetahuan yang bersumber dari akal pikiran manusia bersifat perolehan dan tingkat kebenarannya relative (Wahyuddin, 2009).

### **2.5.2 Tingkatan Pengetahuan**

Pengetahuan dibagi menjadi tiga bidang umum yaitu pengetahuan produk (product knowledge) yang meliputi kesadaran dan kategori dalam merk produk, terminology produk, serta atribut dan ciri produk. Menurut Notoatmodjo (2003:33) pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai enam tingkatan yaitu:

1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya, termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat sesuatu yang spesifik dan seluruh bahan

yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu tahu merupakan tingkatan pengetahuan yang paling rendah.

## 2. Memahami

Memahami diartikan sebagai kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap obyek atas materi dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan, dan sebagainya terhadap obyek yang dipelajari.

## 3. Aplikasi

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi real (sebenarnya). Aplikasi disini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks atau yang lainnya.

## 4. Analisis

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, tetapi masih dalam struktur organisasi dan masih berkaitan satu sama lain

## 5. Sintesis

Sintesis menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain

sintesis adalah suatu bentuk kemampuan menyusun formulasi baru.

#### 6. Evaluasi

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penelitian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian ini didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri, atau menggunakan kriteria-kriteria yang telah ada.

### 2.5.3 Indikator Pengetahuan

Menurut Sutoto (2004), untuk mengukur tingkat pengetahuan meliputi kompetensi *analytical thinking* (AT), *conceptual thinking* (CT), *technical/professional/managerial expertise* (EXP).

1. *Analytical thinking* (AT) merupakan kemampuan memahami situasi masalah dengan menguraikannya menjadi bagian – bagian kecil agar dapat melihat adanya hubungan sederhana untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat. Sehingga mampu menganalisa masalah – masalah yang kompleks.
2. *Conceptual thinking* (CT) merupakan kemampuan memahami situasi masalah secara konsep dengan menggunakan aturan – aturan dasar logika. Menggabungkan ide – ide dan informasi untuk membuat gambaran yang lebih besar sehingga mampu mengidentifikasi masalah yang

timbul baik berupa isu mendatang atau suatu kunci masalah yang kompleks.

3. *Expertise* (EXP) merupakan pengetahuan terkait pekerjaan (seperti kemampuan dalam melakukan pekerjaan secara profesional, teknikal dan manajerial) dan juga pengetahuan dalam motivasi untuk dapat memanfaatkan, memperluas, dan mendistribusikan pengetahuan tentang pekerjaan tersebut terhadap orang lain.

## **2.6 Kepercayaan**

### **2.6.1 Definisi Kepercayaan**

Kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan (Shofiana, 2011) Morman dalam Antarwiyati (2010), mendefinisikan Kepercayaan (*trust*) sebagai kemauan untuk bergantung pada penjual yang dapat dipercaya. Dalam transaksi secara online, kepercayaan muncul ketika mereka yang terlibat telah mendapatkan kepastian dari pihak lainnya serta mau dan bisa memberikan kewajibannya. Kepercayaan konsumen terhadap internet pada online shop terjadi karena konsumen yang mulai terangsang kebutuhan dan rasa ingin tahu semakin banyak dalam pencarian informasi, untuk mendapatkan yang diinginkan. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh yang kuat



tiap sumber tersebut terdapat keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2009).

Dalam transaksi secara online, kepercayaan muncul ketika salah satu pihak yang terlibat telah mendapatkan kepastian dari pihak lainnya, serta mau dan bisa memberikan kewajibannya. Ketika konsumen melakukan pembelian online, hal utama yang menjadi pertimbangan seorang konsumen adalah apakah website atau situs yang menyediakan online shop dan penjual online tersebut dapat dipercaya.

Kepercayaan konsumen terhadap website atau situs online shop terletak pada popularitas website, atau situs website shop tersebut. Semakin popularitas suatu website atau situs online shop, maka pembeli lebih yakin dan percaya terhadap website atau situs tersebut. Kepercayaan terdiri dari 3 komponen yaitu (1) Integritas (*integrity*) yang merupakan keyakinan konsumen bahwa penjual *online* akan mampu memberikan layanan yang terbaik untuk konsumen seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur. (2) Kebaikan (*Benevolence*), merupakan keyakinan konsumen terhadap perusahaan bahwa perusahaan tidak hanya memikirkan masalah bisnis semata dengan konsumen tetapi juga memberikan perlindungan atas kepentingan konsumen. (3) Kompetensi (*Competence*), merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai

pengaruh yang dominan. Dalam hal ini, bagaimana seorang penjual mampu untuk melayani, menyediakan, pengetahuan tentang produk, kecepatan layanan dan kualitas pelayanan (Yuniati, 2016).

### **2.6.2 Indikator Kepercayaan**

Menurut Winardi (2011) ada 3 *Core Values* yang digunakan untuk membangun kepercayaan yaitu

#### **1. Kejujuran**

Merupakan item paling penting dalam membangun sebuah kepercayaan dengan orang lain, hal ini dimaksudkan untuk menghindari sifat kecurangan yang dapat merugikan orang lain. Dalam penerapan sehari-hari, sikap kejujuran ini sangat susah untuk diterapkan dan pada pandangan hukum, tingkat kejujuran seseorang dinilai dari ketetapan pengakuan atau apa yang dibicarakan dengan kebenaran yang terjadi.

#### **2. Kompeten**

Merupakan kemampuan untuk melaksanakan tugas dalam membangun suatu pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman yang telah dialami. Hal ini dianggap oleh masyarakat telah mampu dalam melaksanakan tugas tertentu dengan baik.

#### **3. Keterbukaan**

Merupakan tidak menyukai terhadap kerahasiaan dan kurangnya transparan dalam melaksanakan tugasnya, dengan

demikian diperlukan sikap keterbukaan dan transparansi antara kedua beah pihak agar terciptannya kepercayaan yang relevasi.

### **2.6.3 Cara Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Pembelian Secara *Online***

Proses yang paling dalam pembelian secara online adalah dengan meningkatkan kepercayaan dari konsumen, terutama konsumen yang baru pertama kali mengunjungi toko onlinenya. Adapun beberapa cara untuk meningkatkan keprcayaan konsumen yaitu:

1. Hubungan antar individu

Interaksi interpersonal dengan orang lain maupun organisasi harus diperluas karena kepercayaan dapat dibangun dengan interaksi yang lebih jauh yang mampu membuat individu memiliki harapan dengan pihak lain.

2. Penggunaan Media

Kurangnya hubungan antar individu saat berinteraksi secara online disebabkan karena tidak bertatap muka antara satu sama lain. Penggunaan media juga penting diperhatikan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Penggunaan media seperti Video, foto, atau yang lainnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

3. Desain Web

Fogg (2016) menyatakan desain toko online dapat meningkatkan keinginan dan ketertarikan pengguna internet. Hal

ini juga dipertimbangkan untuk mengembangkan kepercayaan konsumen terhadap toko online yang memiliki desain yang baik.

## **2.7 Kemudahan**

### **2.7.1 Definisi Kemudahan**

Kemudahan (ekspektasi usaha) didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi (Venkatesh, 2003). Menurut Jogiyanto (2008) menyatakan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intention* (niat perilaku) dan *actual use* (penggunaan sesungguhnya/minat). Hal yang serupa juga dinyatakan oleh Abu (2012) apabila pengguna merasa bahwa Kemudahan dari sebuah teknologi sudah tercapai maka minat juga akan mengikuti atau menimbulkan rasa untuk menggunakan teknologi tersebut. Akan tetapi hal tersebut tidak akan terjadi secara sepenuhnya., Borrero (2014) menyatakan bahwa Kemudahan tidak selalu akan mempengaruhi minat penggunaan, banyak faktor lain yang lebih dominan dari pada Kemudahan dalam mempengaruhi minat penggunaan teknologi.

Jogiyanto (2008) menyebutkan bahwa Kemudahan didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem pada teknologi informasi. Apabila suatu teknologi memberikan kemudahan yang diharapkan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi informasi maka usaha yang diperlukan tidak akan terlalu tinggi dan apabila sebaliknya jika suatu sistem sulit dalam digunakan maka usaha yang tinggi diperlukan untuk menggunakannya.

Sehingga dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan oleh seseorang dalam menggunakan teknologi baru sehingga dengan Kemudahan akan mengurangi usaha baik dari segi waktu maupun tenaga pada pengguna dalam mempelajari menggunakan teknologi tersebut

### **2.7.2 Kemudahan Dalam Teknologi**

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana sistem ini tidak memerlukan usaha dalam menggunakannya sehingga semakin besar kemungkinan untuk terus menerus digunakan (Venkatesh et al, 2015). Kemudahan juga menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu (Agarwal & Prasad, 1999). Kemudahan mengacu pada seberapa mudah seseorang berpikir dalam menggunakan sebuah sistem (Adenan, 2015). Menurut (Ghalandari, 2012), Kemudahan adalah tingkat di mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan dalam kinerja pekerjaan. Kemudahan juga menjadi *predictor* utama untuk niat seseorang dalam menggunakan kembali teknologi tersebut. Karena kemudahan menandakan tingkat kesulitan suatu teknologi tertentu. Kemudahan adalah tingkat dari sebuah kenyamanan yang dirasakan untuk menggunakan sebuah sistem (Ghalandari, 2012). Menurut (Davis, 1989), sebuah aplikasi dapat diterima oleh penggunanya ketika sebuah aplikasi tersebut mudah digunakan.

Oleh karena itu definisi Kemudahan pada teknologi menggambarkan bagaimana individu mempersepsikan tingkat kemudahan menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2018). Kemudahan dalam penggunaan memiliki dampak signifikan pada niat untuk memakai sebuah sistem (Wong, 2015). Dalam keberhasilan menerima sebuah teknologi, desain sebuah sistem seperti platform dapat memungkinkan pengguna untuk menavigasikannya dengan mudah atau tidak.

### **2.7.3 Indikator Kemudahan**

Kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi akan memberikan dampak yang cukup besar bagi penggunaannya, yaitu akan dapat mengurangi usaha baik dari segi waktu maupun dari segi tenaga yang dikeluarkan oleh pengguna teknologi dalam mempelajari seluk beluk bertransaksi dengan menggunakan teknologi, selain itu dengan adanya kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi informasi maka akan memberikan beberapa indikasi kepada pengguna, yaitu pengguna mampu bekerja dengan mudah dengan adanya teknologi informasi (Duranova dan Ohly, 2016). Sementara itu Bandura (1989) dalam Duranova dan Ohly (2016) menyatakan bahwa kemudahan yang berkaitan dengan teknologi informasi maka akan selalu berhubungan dengan *self efficacy*, yang artinya akan memudahkan suatu pekerjaan maka akan besar minat yang ditimbulkan dari penggunaan tersebut.

Sehingga dengan menggunakan teknologi informasi baru akan berdampak pada inovasi yang dianggap sulit dalam penggunaan, sehingga mempunyai banyak pengaruh terhadap penggunaan teknologi informasi (Davis 1989). Kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi juga akan berdampak pada emosional atau perasaan daam diri seseorang, salah satunya adalah kenyamanan yang muncul apabila bekerja dengan menggunakan teknologi informasi (Davis, 1989) dalam Venkatesh (2012). Harir (2020) menyatakan bahwa kemudahan dari penerimaan teknologi dapat diukur dari beberapa indikator yaitu:

- a. Kemudahan dalam memahami.  
Kemudahan dalam memahami merupakan kemampuan seseorang dalam memahami penggunaan serta pengoperasian teknologi.
- b. Kemudahan dalam mempelajari.  
Kemudahan dalam mempelajari adalah kemampuan seseorang dalam mempelajari teknologi serta dalam mengoperasikan teknologi tersebut.
- c. Kemudahan dalam mengerjakan pekerjaan.  
Kemudahan dalam mengerjakan pekerjaan merupakan kemampuan seseorang dalam menggunakan teknologi yang bertujuan untuk menyelesaikan pekerjaan.
- d. Kemudahan dalam mengoperasikan serta mengakses teknologi informasi tersebut.

Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi merupakan kemudahan dalam menjalankan teknologi dengan menggunakan teknologi informasi.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan *financial technology* pada *mobile banking* berpengaruh terhadap minat bertransaksi secara *online* di bank syariah telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya.

Puspitasari (2021) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (Fintech)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kemudahan, kepercayaan serta risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *financial technology*. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada salah satu variabel independen yang digunakan, pada variabel terdahulu digunakan risiko sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan pengetahuan. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian. Selain itu perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu menjadikan *financial technology* umum seperti OVO, Dana dan lain-lain sebagai objek penelitian sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menjadikan *mobile banking* sebagai objek penelitian. Sedangkan persamaannya terletak pada variabel



dependen yaitu minat serta beberapa variabel independen yang digunakan yaitu kepercayaan dan kemudahan.

Rina (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Muamalat Din Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online Pada Bank Muamalat Cabang Palu”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah melakukan transaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel dependen dan variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan serta minat. Selain itu persamaan lainnya terletak pada objek penelitian yaitu *Mobile Banking*.

Anzelin (2020) dengan judul “Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan *Financial Technology* (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi kegunaan dan kemudahan dalam penggunaan *financial technology*. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel independen yang digunakan yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan kegunaan dan kemudahan sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan

pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan sebagai variabel independen. Perbedaan lainnya terletak pada jenis variabel yang digunakan, pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel independen sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen dan variabel dependen. Perbedaan lainnya terletak pada cara analisis data, pada penelitian terdahulu menggunakan metode deskriptif sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada subjek penelitian yaitu masyarakat kota Banda Aceh.

Faizah (2020) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen, Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana kemudahan, pengetahuan dan efektivitas berpengaruh terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *financial technology*. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu menjadikan *financial technology* umum seperti OVO, Dana dan lain-lain sebagai objek penelitian sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menjadikan *mobile banking* sebagai objek penelitian. Perbedaan lainnya penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada salah satu variabel independen yang digunakan, pada variabel terdahulu digunakan efektivitas sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan kepercayaan. Sedangkan

persamaannya terletak pada variabel dependen yaitu minat serta beberapa variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan dan kemudahan.

Kholid (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat dalam bertransaksi secara online pada E-Banking. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada objek penelitian yaitu pada penelitian terdahulu pada E-banking yang mencakup *Mobile Banking*, *SMS-Banking*, *Internet Banking* serta ATM, sedangkan pada penelitian ini hanya terfokus pada *financial technology* yang digunakan pada bank yaitu *Mobile Banking*. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi penelitian. Sedangkan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada variabel dependen dan variabel independen yang digunakan yaitu pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan serta minat.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
1.	Puspitasari (2021) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan <i>purposive sampling</i> sebagai teknik sampling dan menggunakan 100 responden serta menggunakan regresi linear berganda	Bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> . terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> . terdapat pengaruh signifikan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>fintech</i> .	<p><b>Perbedaan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Independen</li> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul> <p><b>Persamaan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Dependen</li> </ul>
2.	Rina (2020) Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat Din Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online Pada Bank Muamalat Cabang Palu	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan <i>purposive sampling</i> sebagai teknik sampling dan menggunakan 100 responden serta menggunakan regresi linear berganda	hasil penelitian dan hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel pengetahuan dan	<p><b>Perbedaan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> </ul> <p><b>Persamaan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Dependen</li> <li>• Variabel Independen</li> </ul>

No	Penelitian/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
			kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada bank Muamalat cabang Palu. Secara simultan, pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada bank Muamalat cabang Palu sebesar 47,3%	
3.	Anzelin (2020) Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh	Jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan <i>cross sectional survey</i> , pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesoner dengan 15 pernyataan	Bahwa 71% responden masuk dalam kategori sangat baik pada persepsi kegunaan dan 70,25% masuk dalam kategori sangat baik pada persepsi kemudahan. Kesimpulannya yaitu masyarakat Kota Banda	<b>Perbedaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel</li> <li>• Analisis Data</li> </ul> <b>Persamaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjek Penelitian</li> </ul>

No	Penelitian/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
			Aceh meyakini Fintech berguna dan mudah untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari.	
4.	Faizah (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen, Dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology	Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan <i>purposive sampling</i> sebagai teknik sampling dan menggunakan 100 responden serta menggunakan regresi linear berganda	Bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Variabel pengetahuan konsumen hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Variabel efektivitas memiliki hal ini menunjukkan bahwa	<p><b>Perbedaan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Independen</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul> <p><b>Persamaan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Dependen</li> </ul>

No	Penelitian/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
			efektivitas berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,647 maka dapat dinyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan konsumen, dan efektivitas berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech secara bersama-sama sebesar 64,7%	
5.	Kholid (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang”.	Jenis penelitian kuantitatif, menggunakan regresi linear berganda dan lokasi penelitian adalah Tanjungkarang dengan menggunakan teknik sampling <i>accidental sampling</i>	Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan besarnya minat penggunaan E Banking di Bank BNI Syariah KCP Magelang yaitu permasalahan penurunan minat pengguna E Banking pada produk ATM Banking dan penurunan	<b>Perbedaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Lokasi Penelitian</li> </ul> <b>Persamaan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Independen</li> <li>• Variabel Dependen</li> </ul>

No	Penelitian/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
			<p>minat pengguna E Banking pada produk Internet Banking. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh signifikan variabel tabungan, penggunaan fasilitas, kepercayaan nasabah dan kegunaan terhadap minat pengguna E Banking di Bank BNI Syariah KCP Magelang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BNI Syariah KCP Magelang yang memiliki fasilitas E Banking, dan sampel penelitian ini adalah 150 nasabah Bank BNI Syariah KCP Magelang yang memiliki fasilitas E banking yang dipilih dengan teknik</p>	



No	Penelitian/Tahun/Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan dan Persamaan
			accidental sampling dan purposive sampling. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.	

Sumber: Data diolah (2023)

## 2.9 Hubungan Antar Variabel

### 2.9.1 Hubungan Variabel Pengetahuan Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Di Bank Syariah

Mubarak (2019) menyatakan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah di alami baik secara sengaja maupun tidak sengaja dan terjadi setelah orang melakukan kontak atau pengamatan terhadap suatu objek tertentu.

Sebelum menggunakan aplikasi yang disediakan seseorang harus dapat menguasai aplikasi tersebut seperti dapat mengetahui cara mengoperasikan produk, kegunaan produk, risiko yang dapat ditimbulkan oleh produk tersebut dan kemudahan yang diberikan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari (Setyosari, 2013)

Pengetahuan ditemukan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan teknologi informasi (Venkatesh, 2012). Berdasarkan mampu mengetahui dalam menjalankan, fungsi serta manfaat yang

dihasilkan dari penggunaan teknologi sehingga akan timbul minat dari pemanfaatan teknologi tersebut (AlGahtani, 2011).

### **2.9.2 Hubungan Variabel Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Di Bank Syariah**

Morman dan Antarwijaya (2010) mengemukakan bahwa kepercayaan (*trust*) adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan. Dengan adanya kepercayaan seperti mempercayai keamanan dari teknologi serta mempercayai kinerja yang diberikan oleh teknologi akan dapat mempengaruhi minat dan keputusan calon pengguna untuk menimbulkan minat dan keputusan dalam menggunakan sebuah produk.

Banyak penelitian yang dilakukan menggunakan variabel kepercayaan untuk menentukan minat dalam menggunakan teknologi. Menurut Alkhunaizan dan Love (2012), variabel kepercayaan menjadi faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi minat dalam penggunaan *e-commerce* di Saudi Arabia. Selain itu menurut Lin (2008), variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan dalam menentukan minat seseorang dalam menggunakan teknologi berupa penggunaan blog yang secara sukarela bergabung pada aktivitas blog, hal ini dikarenakan pengaruh dari pengguna blog yang lainnya.

### **2.9.3 Hubungan Variabel Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Di Bank Syariah**

Menurut Venkatesh et al (2003) kemudahan adalah suatu tingkat kemudahan dalam menggunakan teknologi dengan tujuan untuk memudahkan pekerjaan dengan cara mengurangi usaha dan menghemat waktu seseorang untuk melakukan pekerjaan,

Konsumen akan memilih suatu produk ataupun jasa apabila konsumen merasakan bahwa produk ataupun jasa yang digunakan akan memberikan kemudahan dalam menggunakannya. Selain itu pengguna akan merasa nyaman apabila teknologi yang digunakan mudah untuk dipelajari serta dioperasikan dan dengan menggunakan teknologi tersebut bisa mengurangi usaha dan menghemat waktu akan tetapi dapat meningkatkan kinerja.

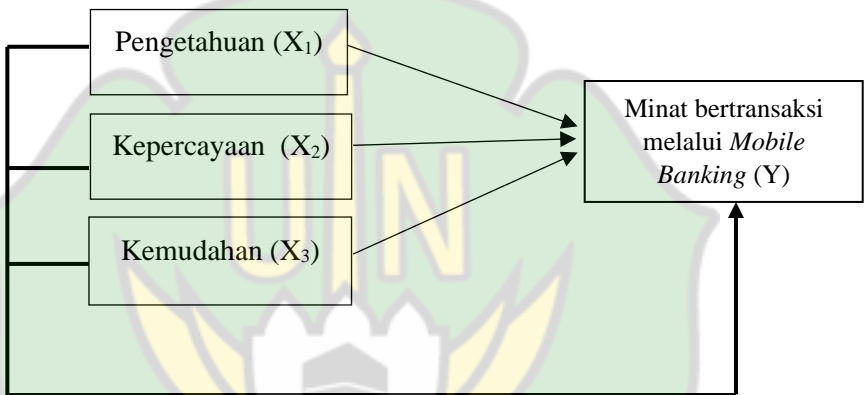
Banyak studi melaporkan adanya pengaruh yang signifikan dari kemudahan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Menurut Wang et al. (2009) bahwa kemudahan secara signifikan berpengaruh pada individu dalam penggunaan M-learning. Selain M-learning kemudahan juga mempunyai pengaruh yang signifikan dalam keinginan untuk menggunakan internet marketing di Korea Selatan (Sin et al., 2013). Sementara Khatimah dan Halim (2014) menemukan bahwa variabel kemudahan mempunyai hubungan yang bersifat positif dalam minat penggunaan *E-money* di Indonesia.

### **2.10 Kerangka Berpikir**

Pada penelitian mengambil tiga variabel independen dan satu variabel dependen untuk diteliti. Variabel independen yaitu variabel

pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan. Sedangkan variabel dependen adalah minat bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah. Sehingga berdasarkan temuan dan variabel yang ada maka dapat ditentukan kerangka berfikir yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber: Data diolah (2023)

### 2.11 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara dalam sebuah penelitian, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1.  $H_0$  = Pengetahuan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh.

$H_a$  = Pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh

2.  $H_0$  = Kepercayaan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh  
 $H_a$  = Kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh
3.  $H_0$  = Kemudahan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh  
 $H_a$  = Kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh.
4.  $H_0$  = Pengetahuan ( $X_1$ ), Kepercayaan( $X_2$ ) dan Kemudahan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh.  
 $H_a$  = Pengetahuan ( $X_1$ ), Kepercayaan( $X_2$ ) dan Kemudahan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* di bank syariah pada masyarakat kota Banda Aceh.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka jenis penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang berkaitan dengan angka-angka dan dapat diukur yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent (Hidayat,2017). Penelitian kuantitatif juga merupakan penelitian yang menggunakan angka-angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik.

Adapun pendekatan dalam penelitian ini adalah asosiatif yaitu Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono,2017). Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan dalam mempengaruhi minat masyarakat kota Banda Aceh dalam menggunakan *financial technology*.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat yang akan dilakukan penelitian untuk melihat kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek yang akan diteliti dengan tujuan untuk memperoleh data

yang sebenar-benarnya dan data yang valid. Maka oleh itu untuk memperoleh data mengenai minat masyarakat kota Banda Aceh bertransaksi melalui *mobile banking* lokasi penelitian ini akan dilakukan di kota Banda Aceh dengan masyarakat berdomisili Banda Aceh.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat Banda Aceh, berdasarkan data statistik kota Banda Aceh pada tahun 2022 terdapat jumlah penduduk Banda Aceh sebanyak 257.770 jiwa.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *quota sampling*. *Quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2013). Adapun ciri-ciri yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah

- a. Masyarakat yang berdomisili Banda Aceh
- b. Masyarakat yang menggunakan uang *mobile banking*

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti akan menggunakan pendekatan Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan rumus Slovin:

- n : Ukuran sampel/jumlah responden  
N : Ukuran populasi  
e : Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih ada ditollerir 10%

Dalam rumus Slovin ada dua (2) ketentuan yaitu : Nilai e = 10% (0,1) untuk populasi dalam jumlah yang besar sedangkan nilai e 20% (0,2) untuk populasi dalam jumlah kecil, jadi rentang sampel yang diambil dari tehnik Slovin adalah 10%-20% dari populasi penelitian.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 257.770 masyarakat sehingga persentase kelonggarannya adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{257.770}{1 + 257.770(10\%)^2}$$

$$n = \frac{257.770}{1 + 257.770(0,01)}$$

$$n = \frac{257.770}{1 + 2.577,7}$$



$$n = \frac{257.770}{2.578,7}$$

$n = 99,96$  (*dibulatkan menjadi 100 responden*)

Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang responden yang mampu mewakili masyarakat kota Banda Aceh untuk menjadi sampel pada penelitian ini

### **3.4 Jenis Data**

Sumber dari data penelitian ini berasal dari data primer. Data primer adalah data yang menunjukkan pada informasi yang telah didapat oleh peneliti yang mempunyai kaitan erat dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber untuk data primer ini berasal dari responden individu, kelompok fokus, internet dan kuesoner (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan data primer, yang akan dikumpulkan menggunakan metode kuesoner.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah tahap yang dilakukan untuk dapat memperoleh data serta keterangan yang dapat membantu untuk mendapatkan informasi yang dapat menyelesaikan sebuah penelitian tujuan lainnya adalah untuk mendukung penelitian sehingga diperlukan sejumlah data yang mampu memperkuat dan mempertegas penelitian (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan kuesoner, peneliti akan mengambil kuesoner, di dalam penelitian ini peneliti

akan menggunakan kuesoner yang bersifat tertutup. Sugiyono (2017) mendefinisikan kuesoner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan, yang secara garis besar terdiri dari tiga bagian terpenting yaitu : judul kuesoner, pengantar yang berisi tujuan dan petunjuk pengisian kuesoner dan daftar pertanyaan yang berisikan opini atau perpaduan antara fakta dan opini. Sedangkan kuesoner tertutup adalah kuesoner yang hanya menyediakan pertanyaan dan jawaban yang harus dipilih responden yang bersifat terbatas.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2017). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (*item positif*) atau tidak mendukung pernyataan (*item negative*).

Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti yang tertera pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 1**  
**Skala pengukuran data**

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017)

### **3.7 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian**

#### **3.7.1 Definisi Variabel Penelitian**

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel independe dalam penelitian ini secara umum dilambangkan dengan huruf (X). Variabel independen pada penelitian ini adalah pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ). Sedangkan variabel depenpen merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dilambangkan dengan huruf (Y). Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat.

#### **3.7.2 Operasional Variabel**

Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa operasional variabel adalah sebuah metode yang berguna untuk mengukur suatu variabel dengan cara melihat pada indikator dan dimensi dari satu variabel tersebut. Pada operasional variabel peneliti menyusun berdasarkan indikator masing-masing faktor. Adapun indikator dan angket pada penelitian ini diadopsi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian dari Sutoto (2004), Winardi (2011), Davis (1986), dan Venkatesh (2012). Sesuai dengan indikator-indikator yang terdapat

dalam variabel maka pertanyaan yang dalam variabel penelitian adalah sebagai berikut:.

**Tabel 3. 2**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pengetahuan (X <sub>1</sub> )	1) <i>Analytical thinking</i> (AT) 2) <i>Conceptual thinking</i> (CT) 3) <i>Expertise</i> (EXP) (Sutoto, 2004).	Likert
2.	Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	1) Kejujuran 2) Kompeten 3) Keterbukaan (Winardi, 2011)	Likert
3.	Kemudahan (X <sub>3</sub> )	1) Kemudahan dalam memahami 2) Kemudahan dalam mempelajari 3) Kemudahan dalam mengerjakan pekerjaan 4) Kemudahan dalam mengoperasikan serta mengakses teknologi informasi tersebut (Harir, 2020).	Likert
4	Minat (Y)	1) Frekuensi penggunaan 2) Penggunaan yang didasarkan faktor emosional 3) Penggunaan karena kebutuhan 4) Penggunaan seterusnya 5) Kepuasan penggunaan (Venkatesh, 2012)	Likert

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

### **3.8 Uji Instrumen**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid (Ghozali, 2011).

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka data tersebut valid (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka data tersebut tidak valid (tidak signifikan) dan tidak akan digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang valid berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

#### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Sugiyono (2017) menyebutkan reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas adalah mengukur kestabilan alat ukur. Segala alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari Alpha. Uji reliabilitas yang dilakukan

secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai *Alpha*  $> 0,60$  maka reliabel, dalam hal ini peneliti menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara *alpha* ( $\alpha$ ) dengan *r* tabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* yaitu  $> 0,60$  (Ghozali, 2011).

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis*.

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual*. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali (2011) menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik

histogramnya maka distribusi dapat dikatakan normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.9.2 Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas artinya adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantaranya beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi atau singkatnya dapat diartikan sebagai hubungan linier antara variabel eksplanatoris dari suatu model regresi adalah sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui SPSS. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah *Tolerance* > 0,1 atau nilai VIF < 5 maka tidak terjadi multikolinieritas.

### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghazali (2011) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

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

### **3.10 Uji Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan keadaan variabel (Sugiyono,2010:277). Sedangkan menurut Ghozali (2011) Analisis linear berganda adalah pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui apakah keadaan tinggi rendahnya variabel dependen terhadap dua atau lebih variabel independen sebagai faktor untuk dimanipulasi atau dalam artian analisis regersi bisa digunakan apabila variabel independennya lebih dari dua. Dengan kata lain analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas (Independen) dalam suatu penelitian dengan variabel terikat (Dependen). Variabel independen pada penelitian ini



adalah pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah minat bertransaksi secara *online*. Adapun persamaan linier pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

$\alpha$	: konstanta
$\beta$	: koefisien variabel
X	: variabel
e	: <i>error term</i>

### **3.11 Uji Hipotesis**

#### **3.11.1 Uji Parsial (Uji t)**

Uji parsial t adalah pengujian untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual untuk menerangkan variasi keterkaitan variabel, dan juga membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table, apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Priadana dan Muis, 2009).

Teknik uji t ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis diterima jika taraf signifikan ( $\alpha$ ) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ( $\alpha$ ) > 0,05. Kriteria yaitu:

- Jika  $t$  hitung >  $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika  $t$  hitung <  $t$  tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika tingkat signifikan < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- Jika tingkat signifikan > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji-F digunakan untuk melihat secara bersama-sama variabel bebas yaitu antara pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat ( $Y$ ) bertransaksi melalui *mobile banking*. Uji simultan adalah salah satu statistik yang digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh antara variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat (Dependen) secara simultan. Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikan (sig) dimana jika nilai sig di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Sujarweni 2015)

Uji simultan memiliki kriteria yaitu:

- Jika  $F$  hitung >  $F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

- Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Atau
- Jika  $p < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Jika  $p > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### 3.11.1 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kedua variabel yang diteliti yaitu variabel dependen dan independen, maka dihitung koefisien determinasi jika  $R^2 = 100\%$  berarti variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika  $R^2 = 0$  berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang semakin tinggi menjelaskan bahwa semakin cocok variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai  $R^2$  berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Nilai  $R^2$  harus berkisar 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ )
2. Apabila  $R^2 = 1$  berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
3. Apabila  $R^2 = 0$  berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Oleh karena dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil adalah nilai *Adjusted R-Square*.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum *Financial Technology* di Aceh

*Financial technology* pertama kali muncul diawali dengan kemajuan teknologi industri. Perkembangan komputer beserta jaringan internet di tahun 1966 membuka peluang besar bagi para pengusaha finansial untuk mengembangkan bisnis secara global.

Di era 80-an, bank mulai menggunakan sistem pencatatan data yang mudah diakses melalui jaringan komputer. Dari sinilah cikal bakal *financial technology* dimulai dengan munculnya pula *Bank Office* beserta fasilitas pemodalannya lainnya pada tahun 1982, *electronic-trade* membawa *financial technology* menuju arah yang lebih baik dengan mengizinkan sistem perbankan secara elektronik untuk investor. Model finansial ini semakin ramai digunakan berkat pertumbuhannya pada tahun 1990. Salah satunya karena saham *online* yang dapat memudahkan investor untuk menanamkan modal.

Pada tahun 1998 adalah masa ketika bank mulai mengenalkan *online banking* untuk para nasabahnya. *Financial technology* menjadikan primadonanya dimasyarakat luas. Pembayaran yang praktis dan jauh berbeda dengan metode pembayaran konvensional membuat perkembangan *financial technology* semakin gencar. Layanan finansial yang lebih efisien dengan menggunakan teknologi dan *software* dapat dengan mudah diraih dengan *financial technology*. Penggunaan *financial technology*

bertujuan dalam membuat pekerjaan lebih efisien dan efektif baik dari segi kesulitan maupun dari segi waktu. Penggunaan *financial technology* di Banda Aceh mulai berkembang dari tahun ke tahun.

## **4.2 Deskripsi Karakteristik Responden**

### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Pada karakteristik responden peneliti akan membahas mengenai karakteristik tersebut berdasarkan jenis kelamin, usia, penghasilan dari responden, frekuensi penggunaan fintech, jumlah fintech yang digunakan dan aplikasi fintech yang digunakan. Adapun semua data ini diambil dari masing-masing responden yang telah memberikan datanya serta telah menjawab seluruh pertanyaan dari kuesoner yang telah diberikan oleh peneliti. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *Quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan untuk menjadi sampel pada penelitian dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

#### **4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	52	52%
2	Perempuan	48	48%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin lebih dominan laki-laki dengan jumlah 52 (52%) responden, sedangkan responden jenis kelamin perempuan hanya berjumlah 48 (48%) responden. Maka dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah jenis kelamin laki-laki lebih mendominasi dalam penggunaan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*.

#### 4.2.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Adapun responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	20-25 tahun	51	51%
2	26-30 Tahun	21	21%
3	31-35 Tahun	11	11%
4	36-40 Tahun	9	9%
5.	>41 Tahun	8	8%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dikerahui responden dengan rentang usia 20 - 25 tahun berjumlah 51 (51%) yang paling terbanyak. Kemudian rentang usia 26 – 30 tahun dengan jumlah 21 (21%) responden, setelah itu rentang usia 31 – 35 tahun dengan jumlah 11 (11%) responden dan kemudian rentang usia 36 -40 tahun dengan jumlah 9 (9%) responden dan yang terakhir adalah rentang usia 41 tahun keatas dengan jumlah 8 (8%) responden. Dari data diatas menunjukkan rentang usia 20 - 25 tahun merupakan responden terbanyak dalam menggunakan *financial technology*, hal tersebut dikarenakan rentang usia antara 20 tahun sampai 25 tahun merupakan masyarakat generasi milenial yang menginginkan pekerjaan dan aktivitas sehari-hari menjadi instan atau cepat.

#### 4.2.1.3 Responden Berdasarkan Penghasilan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Adapun responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	Rp. 1.000.000	24	24%
2	Rp. 2.000.000	37	37%
3	Rp. 3.000.000	18	18%
4	> Rp. 4.000.000	21	21%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)



Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penghasilan yang banyak adalah jumlah pengasilan lebih dari Rp.2.000.000 dengan 37 (37%) responden, kemudian jumlah penghasilan Rp.1.000.000 dengan 24 (24%) responden. Setelah itu dengan jumlah penghasilan diatas Rp.4.000.000 dengan total 21 (21%) responden dan yang terakhir adalah dengan jumlah penghasilan Rp.3.000.000 dengan 18 (18%) responden. Berdasarkan dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah penghasilan Rp.2.000.000 menjadi responden yang terbanyak pada penelitian ini.

#### 4.2.1.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Adapun responden berdasarkan frekuensi penggunaan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan**

No	Frekuensi Penggunaan	Jumlah	Persentase
1	1 kali dalam sehari	12	12%
2	2 kali dalam sehari	31	31%
3	> 3 kali dalam sehari	57	51%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pemakaian *financial technology* lebih dari 3 kali merupakan responden yang terbanyak dengan total 57 orang atau dengan jumlah persentase 57%. Kemudian jumlah responden dengan frekuensi

penggunaan 2 kali dalam sehari dengan jumlah 31 atau dengan persentase 31% dan terakhir adalah responden yang menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi sekali dalam sehari dengan jumlah 12 responden atau dengan persentase 12%.

#### 4.2.1.5 Responden Berdasarkan Jumlah *Financial Technology* Yang Digunakan

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Adapun responden berdasarkan jumlah *financial technology* yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Aplikasi**

No	Jumlah Aplikasi Yang Digunakan	Jumlah	Persentase
1	1 Aplikasi	14	14%
2	2 Aplikasi	22	22%
3	> 3 Aplikasi	64	64%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah *financial technology* yang digunakan dalam melakukan transaksi lebih dari 3 aplikasi merupakan responden terbanyak pada penelitian ini dengan jumlah 66 responden atau dengan persentase 66%. Kemudian jumlah responden dengan jumlah 2 aplikasi *financial technology* sebanyak 22 responden (22%) dan terakhir adalah responden dengan menggunakan 1 aplikasi *financial technology* dalam melakukan transaksi dengan jumlah 14 responden (14%).

#### 4.2.1.5 Responden Berdasarkan Aplikasi *Mobile Banking*

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat Banda Aceh yang menggunakan *financial technology*. Adapun responden berdasarkan aplikasi *financial technology* yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah:

**Tabel 4. 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi *Mobile Banking***

No	Aplikasi	Jumlah	Persentase
1	BSI <i>Mobile Banking</i>	42	42%
2	Bank Aceh Action	26	26%
3	PermataMobile X Syariah	4	4%
4	Maybank2u ID	2	2%
5	BCA Syariah Mobile	20	20%
6	Lainnya	6	6%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penggunaan *mobile banking* yang dominan adalah masyarakat yang menggunakan BSI *Mobile Banking* dengan jumlah 42 (42%), kemudian pengguna Bank Aceh Action dengan jumlah 26 (26%), kemudian masyarakat yang menggunakan BCA Syariah Mobile dengan jumlah 20 (20%) responden, kemudian masyarakat yang menggunakan *mobile banking* lainnya seperti jenius, jago syariah dan sebagainya dengan jumlah 6 (6%), selanjutnya masyarakat yang menggunakan PermataMobile X Syariah dengan jumlah 4 (4%) dan

yang terakhir adalah masyarakat yang menggunakan Maybank2u ID dengan jumlah 2 atau dengan persentase 2%.

#### 4.2.2 Deskripsi Variabel

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang terjadi diukur menggunakan skala Likert dengan skala 5 yaitu skor 5 sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 kurang setuju, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

##### 4.2.2.1 Deskripsi Variabel Pengetahuan ( $X_1$ )

Pada variabel pengetahuan ( $X_1$ ) terdapat 5 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.8.

**Tabel 4. 7**  
**Deskripsi Variabel Pengetahuan ( $X_1$ )**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
PE 1	1	8	4	53	34	4,11	4,14
PE 2	1	10	3	48	38	4,12	
PE 3	1	6	6	43	44	4,23	
PE 4	1	6	6	46	41	4,20	
PE 5	1	8	12	47	32	4,01	
PE 6	1	7	0	55	37	4,20	
Total	6	45	31	292	226	24,87	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel pengetahuan ( $X_1$ ) adalah 4,14 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 292 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 226 tanggapan, setelah itu tanggapan tidak setuju (2) dengan total 45 tanggapan, kemudian

tanggapan netral (3) dengan total 31 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 6 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari enam pernyataan variabel pengetahuan adalah pada pernyataan ketiga yaitu “saya mengetahui mekanisme serta fungsi dalam menggunakan *Mobile Banking*” dengan rata-rata 4,23. sedangkan yang terendah adalah pernyataan kelima yaitu ”saya merasa bahwa menggunakan *Mobile Banking* akan memudahkan dalam pekerjaan” dengan nilai rata-rata 4,01.

#### 4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

Pada variabel kepercayaan (X<sub>2</sub>) terdapat enam pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.9.

**Tabel 4. 8**  
**Deskripsi Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>)**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
KE 1	1	8	0	55	35	4,17	4,03
KE 2	1	11	1	55	32	4,06	
KE 3	0	14	1	48	37	4,08	
KE 4	0	6	1	62	31	4,18	
KE 5	2	9	4	66	19	3,91	
KE 6	5	12	4	57	22	3,79	
Total	9	60	11	343	176	24,87	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kepercayaan (X<sub>2</sub>) adalah 4,03 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 343 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 176 tanggapan, setelah itu

tanggapan tidak setuju (2) dengan total 60 tanggapan, kemudian tanggapan netral (3) dengan total 11 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 9 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari enam pernyataan variabel kepercayaan adalah pada pernyataan pertama yaitu “saya percaya bahwa tidak ada *scam* (penipuan) dalam menggunakan *Mobile Banking*” dengan rata-rata 4,17. sedangkan yang terendah adalah pernyataan keenam yaitu ”saya dapat mengetahui jumlah uang yang telah digunakan saat transaksi melalui *Mobile Banking*” dengan nilai rata-rata 3,79.

#### 4.2.2.3 Deskripsi Variabel Kemudahan ( $X_3$ )

Pada variabel kemudahan ( $X_3$ ) terdapat delapan pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.10.

**Tabel 4. 9**  
**Deskripsi Variabel Kemudahan ( $X_3$ )**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
KN 1	5	16	6	46	27	3,74	3,98
KN 2	4	13	6	44	33	3,89	
KN 3	0	5	11	57	27	4,06	
KN 4	3	9	3	44	41	4,11	
KN 5	2	10	6	42	40	4,08	
KN 6	1	16	3	40	40	4,02	
KN 7	0	23	4	36	37	3,87	
KN 8	1	25	6	27	41	3,82	
Total	16	117	45	336	286	31,59	

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel kemudahan ( $X_3$ ) adalah 3,98 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 336 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 286 tanggapan, setelah itu tanggapan tidak setuju (2) dengan total 117 tanggapan, kemudian tanggapan netral (3) dengan total 45 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 16 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari delapan pernyataan variabel kemudahan adalah pada pernyataan kelima yaitu “saya merasa transaksi dengan menggunakan *Mobile Banking* akan menghemat waktu” dengan rata-rata 4,11. sedangkan yang terendah adalah pernyataan pertama yaitu ”saya merasa dengan mudah memahami penggunaan *Mobile Banking* dalam melakukan belanja *online*” dengan nilai rata-rata 3,49.

#### 4.2.2.3 Deskripsi Variabel Minat (Y)

Pada variabel Minat (Y) terdapat sepuluh pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden di masing-masing pernyataan bisa dilihat pada Tabel 4.11.

**Tabel 4. 10**  
**Deskripsi Variabel Kemudahan ( $X_3$ )**

Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-Rata	Rerata
MI 1	0	2	4	64	30	4,22	4,04
MI 2	0	3	8	62	27	4,13	
MI 3	0	8	5	56	31	4,10	
MI 4	0	8	4	56	32	4,12	
MI 5	0	5	4	56	35	4,21	
MI 6	0	3	14	49	34	4,14	

MI 7	0	6	17	48	29	4,00
MI 8	0	14	7	54	25	3,90
MI 9	1	16	9	50	24	3,80
MI 10	1	15	7	51	26	3,86
Total	2	80	79	546	293	40,48

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel minat (Y) adalah 4,04 dengan jumlah setuju (4) yang terbanyak yaitu 546 tanggapan, kemudian sangat setuju (5) dengan total 293 tanggapan, setelah itu tanggapan tidak setuju (2) dengan total 80 tanggapan, kemudian tanggapan netral (3) dengan total 79 tanggapan dan yang terakhir adalah tanggapan sangat tidak setuju (1) dengan 2 tanggapan. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari sepuluh pernyataan variabel minat adalah pada pernyataan kelima yaitu “saya menggunakan *Mobile Banking* karena kebutuhan” dengan rata-rata 4,21. sedangkan yang terendah adalah pernyataan kesembilan yaitu ”saya akan merekomendasikan menggunakan *Mobile Banking* ke orang lain” dengan nilai rata-rata 3,80.

#### 4.3 Hasil Uji Instrumen

##### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuesoner yang telah dilampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara  $r$  hitung atau *person correlation* dengan  $r_{tabel}$ . Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df = n-2 = 100-2 = 98$  (n adalah jumlah data), sehingga



$r_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,197 dan pernyataan dalam kuesoner dinyatakan valid apabila  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ . Adapun uji validitas pada variabel pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan serta minat dapat dilihat pada tabel di bawah:

**Tabel 4. 11**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai $r_{\text{hitung}}$	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Pengetahuan ( $X_1$ )	X1.1	0,703	0,197	Valid
	X1.2	0,756	0,197	Valid
	X1.3	0,730	0,197	Valid
	X1.4	0,673	0,197	Valid
	X1.5	0,527	0,197	Valid
	X1.6	0,665	0,197	Valid
Kepercayaan ( $X_2$ )	X2.1	0,637	0,197	Valid
	X2.2	0,739	0,197	Valid
	X2.3	0,671	0,197	Valid
	X2.4	0,573	0,197	Valid
	X2.5	0,731	0,197	Valid
	X2.6	0,794	0,197	Valid
Kemudahan ( $X_3$ )	X3.1	0,581	0,197	Valid
	X3.2	0,455	0,197	Valid
	X3.3	0,496	0,197	Valid
	X3.4	0,652	0,197	Valid
	X3.5	0,669	0,197	Valid
	X3.6	0,686	0,197	Valid
	X3.7	0,616	0,197	Valid
	X3.8	0,655	0,197	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,712	0,197	Valid
	Y.2	0,729	0,197	Valid
	Y.3	0,774	0,197	Valid
	Y.4	0,705	0,197	Valid
	Y.5	0,712	0,197	Valid
	Y.6	0,447	0,197	Valid
	Y.7	0,591	0,197	Valid
	Y.8	0,656	0,197	Valid
	Y.9	0,733	0,197	Valid

	Y.10	0,537	0,197	Valid
--	------	-------	-------	-------

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dan hasilnya memperlihatkan bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga mendapatkan nilai yang valid.

#### 4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah indikator konsisten atau bagaimana indeks tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan dapat dipercaya apabila *coefecient cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 ( $>0,60$ ). Adapun pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 12**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Pengetahuan ( $X_1$ )	6	0,60	0,701	Reliabel
Kepercayaan ( $X_2$ )	6		0,784	Reliabel
Kemudahan ( $X_3$ )	8		0,746	Reliabel
Minat (Y)	10		0,845	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel memperlihatkan nilai dari *cronbach alpha* variabel pengetahuan ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,701, nilai pada variabel

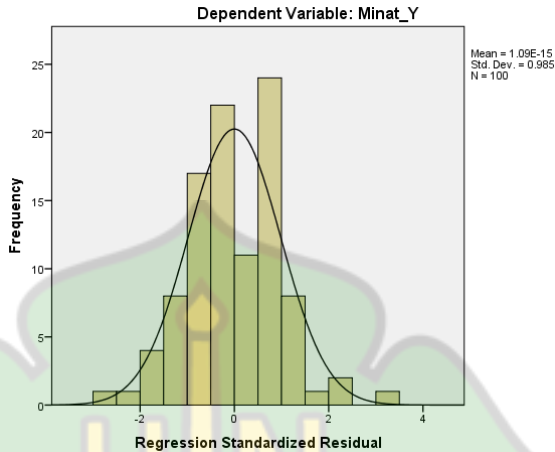
kepercayaan ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,784, nilai pada variabel kemudahan ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,746 dan pada variabel minat (Y) nilainya sebesar 0,845. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel  $> 0,60$ . Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

#### **4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.1 Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah sampel yang digunakan pada suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak, pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan dapat dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi menggunakan software SPSS. Pengujian dengan grafik berikut pola hasil dari pengolahan SPSS dapat dilihat pada Gambar 4.1.

**Gambar 4. 1**  
**Histogram**



Sumber: Data diolah (2023)

Untuk model regresi pada penelitian ini sudah memenuhi normalitas hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi apakah pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat dalam menggunakan *financial technology* untuk melakukan transaksi melalui *Mobile Banking*.

#### 4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik dan layak digunakan adalah model yang terhindar dari korelasi antara variabel bebas. Hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.14.

**Tabel 4. 13**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan ( $X_1$ )	0,640	1.563
Kepercayaan ( $X_2$ )	0,516	1.939
Kemudahan ( $X_3$ )	0,682	1,467

Sumber: Data diolah (2023)

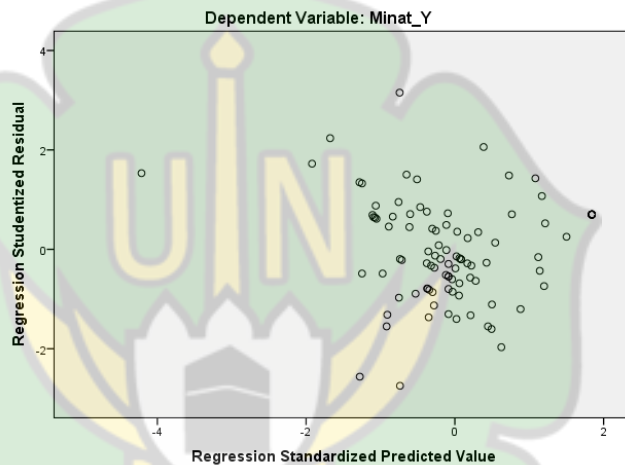
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat model regresi bebas dari multikolinieritas, hal ini dapat dilihat dari nilai *tollerance* baik dari variabel pengetahuan ( $X_1$ ) yang memiliki nilai sebesar 0,640, pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dengan nilai sebesar 0,516 dan pada variabel kemudahan ( $X_3$ ) memiliki nilai sebesar 0,682. Hal ini memperlihatkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 ( $>0,10$ ). Sedangkan nilai VIF pada variabel pengetahuan ( $X_1$ ) sebesar 1,563, pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) memiliki nilai sebesar 1,939 dan pada variabel kemudahan ( $X_3$ ) memiliki nilai sebesar 1,467, sehingga hal ini memperlihatkan bahwa nilai VIF dari setiap variabel lebih kecil dari 10 ( $<10$ ). Maka dari data atau nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas atau tidak terjadinya multikolinieritas.

#### **4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambaran hubungan antara nilai yang

diprediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas. Hal ini dapat dilihat pada *scatterplot* yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.2.

**Gambar 4. 2**  
**Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Data diolah (2023)

Terlihat pada grafik scatterplot di atas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi berganda.

#### 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat dalam menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *Mobile Banking* dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	11,747	3,196		0,000
	Pengetahuan ( $X_1$ )	0,395	0,138	0,266	0,005
	Kepercayaan ( $X_2$ )	0,431	0,147	0,304	0,004
	Kemudahan ( $X_3$ )	0,269	0,093	0,259	0,005

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan data yang disajikan pada Tabel 4.15, maka menghasilkan persamaan linear berganda sebagai berikut:

Persamaan model regresi linear pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 11,747 + 0,395 X_1 + 0,431 X_2 + 0,269 X_3$$

Berdasarkan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai dari konstanta mempunyai arah koefisien regresi yaitu sebesar 11,747 yang artinya apabila pengetahuan,

- kepercayaan dan kemudahan tetap atau konstan, maka minat dalam menggunakan *Mobile Banking* sebesar 11,747.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien pengetahuan ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,395 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan pengetahuan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat minat dalam menggunakan *financial technology* untuk melakukan transaksi melalui *Mobile Banking* sebesar 0,395 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.
  3. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kepercayaan ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,431 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kepercayaan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat minat dalam menggunakan *financial technology* untuk melakukan transaksi melalui *Mobile Banking* sebesar 0,431 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.
  4. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan uji regresi linear berganda koefisien kemudahan ( $X_3$ ) bernilai positif sebesar 0,269 yang artinya menunjukkan setiap kenaikan kemudahan bernilai positif sebesar 1 satuan maka akan meningkat minat dalam menggunakan *financial technology* untuk melakukan transaksi melalui *Mobile Banking* sebesar



0,269 dengan asumsi variabel bebas lain sama dengan nol atau konstan.

## 4.6 Hasil Uji Hipotesis

### 4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan uji parsial atau uji t melalui analisis regresi, diperoleh variabel bebas yaitu pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ) terhadap minat dalam menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi. kriteria dari pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$  ( $n$  merupakan jumlah data dan  $k$  merupakan jumlah variabel bebas). Sehingga  $t_{tabel}$  yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,984. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima sedangkan apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak. Secara parsial maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 15**  
**Uji Parsial**

Model	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	sig
Constant	3,676		0,000
Pengetahuan ( $X_1$ )	2,855	1,984	0,005
Kepercayaan ( $X_2$ )	2,938		0,004
Kemudahan ( $X_3$ )	2,878		0,005

Sumber: Data diolah (2022)

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel pengetahuan ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,855 dengan nilai signifikan sebesar 0,005. Nilai signifikan  $0,005 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ )

0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung} (2,855) > t_{tabel} (1,984)$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara pengetahuan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan dalam menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi.

Sedangkan pengujian pada variabel variabel kepercayaan ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,938 dengan nilai signifikan sebesar 0,005. Nilai signifikan  $0,004 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung} (2,938) > t_{tabel} (1,984)$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan dalam menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi

Sedangkan pengujian pada variabel variabel kemudahan ( $X_3$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,878 dengan nilai signifikan sebesar 0,005. Nilai signifikan  $0,005 < 0,050$  dengan menggunakan signifikan ( $\alpha$ ) 0,050. Dengan demikian,  $t_{hitung} (2,878) > t_{tabel} (1,984)$ . Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan dalam menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi.

Dari hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yaitu variabel pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan dalam menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi

#### 4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan untuk menguji secara bersama-sama pengaruh antara variabel pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik.

Metode Fisher atau uji F pada tingkat kepercayaan 0,050 dengan kriteria membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  yang dapat diketahui dengan menghitung  $df_1$  (jumlah data variabel - 1) = 3 - 1 = 2 dan  $df_2$   $n-k-1 = 100 - 3 - 1 = 96$ . Sehingga  $F_{tabel}$  yang diperoleh sebesar 2,70. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima, dan apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $H_a$  ditolak secara ANNOVA<sup>a</sup> dapat dijelaskan pada tabel 4.17.

**Tabel 4. 16**  
**Uji Simultan**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1345.415	3	448.472	28.222	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1525.545	96	15.891		
	Total	2870.960	99			

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 28,222 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,050$ ), sedangkan nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) adalah sebesar 2,70. Hal ini berarti nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $28,222 > 2,70$ ). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan kemudahan ( $X_3$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat dalam

menggunakan *financial technology* dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*, atau dengan kata lain hipotesis  $H_a$  diterima.

#### 4.6.3 Hasil Uji Determinasi (Uji $R^2$ )

Koefesien determinasi ( $R^2$ ) merujuk kepada kemampuan dari variabel independen (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefesien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefesien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.18.

**Tabel 4. 17**  
**Uji Determinasi**

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	0,685	0,469	0,452	3,986

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel diatas nilai koefesien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,469 Hal ini menunjukkan bahwa 46,9% variabel pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan mampu menjelaskan variabel minat dalam menggunakan *financial technology* untuk melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Sedangkan sisanya, yaitu 53,1% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gaya hidup hedonis, pemotongan harga, fitur yang disediakan dan lain sebagainya.

## 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.7.1 Pengaruh Pengetahuan ( $X_1$ ) Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Di Masyarakat Kota Banda Aceh

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} (2,855) > t_{tabel} (1,984)$ . hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara pengetahuan dengan minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada masyarakat kota Banda Aceh.

Pengaruh pengetahuan terhadap minat bertransaksi secara *online* pada masyarakat kota Banda Aceh hal ini disebabkan oleh masyarakat kota Banda Aceh yang mengetahui manfaat yang didapatkan dari menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Selain itu minat dalam menggunakan *mobile banking* juga disebabkan oleh masyarakat yang mengetahui risiko yang dapat ditimbulkan dari penggunaan *mobile banking*.

Kemudian minat juga dapat ditimbulkan dari masyarakat yang mengetahui mekanisme serta fungsi dalam menggunakan uang elektronik, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan dalam pengoperasian untuk bertransaksi. Maka pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat tentang penggunaan *mobile banking* mampu meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan transaksi.

Adapun penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anzelin (2020) dan Faizah (2020) yang menyatakan bahwa apabila seseorang mampu menguasai teknologi dan dapat

mempermudah kegiatan sehari-hari, maka seseorang tersebut akan terus menerus menggunakan teknologi tersebut.

#### **4.7.2 Pengaruh Kepercayaan (X<sub>2</sub>) Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Di Masyarakat Kota Banda Aceh**

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} (2,938) > t_{tabel} (1,984)$ . hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan dengan minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada masyarakat kota Banda Aceh.

Kepercayaan dalam teknologi dapat meliputi rasa percaya seseorang bahwa teknologi tersebut tidak akan merugikan satu pihak serta dapat meningkatkan kinerja atau mempermudah kegiatan sehari-hari. Kemudian dalam menggunakan *mobile banking* rasa kepercayaan sangat dibutuhkan, karena untuk menggunakan *mobile banking* dibutuhkan rasa percaya pada aplikasi tersebut.

Kepercayaan yang positif tentu akan mempengaruhi minat dalam melakukan transaksi *online*, hal ini disebabkan aplikasi mampu menjalankan kegiatan kegunaan serta manfaat yang dihasilkan dengan baik dan dapat dipercaya. Kepercayaan merupakan hal yang mendasar dalam menciptakan keberhasilan suatu hubungan. Kepercayaan konsumen merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Nisa (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan yang positif dari pengguna teknologi akan dapat menimbulkan minat dalam menggunakan teknologi, begitu juga sebaliknya apabila seseorang tidak percaya dalam menggunakan teknologi baik dari manfaat yang ditimbulkan maupun kegunaan dari teknologi tersebut maka tidak akan menimbulkan rasa minat dalam menggunakan. Selain itu hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholid (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan yang didapatkan oleh nasabah atau konsumen dari sebuah teknologi akan dapat meningkatkan minat pada penggunaan teknologi.

#### **4.7.3 Pengaruh Kemudahan (X<sub>3</sub>) Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Di Masyarakat Kota Banda Aceh**

Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil  $t_{hitung} (2,878) > t_{tabel} (1,984)$ . hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kemudahan dengan minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada masyarakat kota Banda Aceh.

Pengaruh kemudahan terhadap minat dalam bertransaksi hal ini dipengaruhi oleh masyarakat yang mampu mengoperasikan *mobile banking*, sehingga penggunaan *mobile banking* dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan segala transaksi. Kemudian kemudahan yang diberikan oleh *mobile banking* akan

mampu membuat aktivitas dalam transaksi menjadi lebih efektif dan efisien.

Maka kemudahan yang diberikan dalam aktivitas sehari-hari dengan menggunakan *mobile banking* akan mampu meningkatkan minat dalam menggunakan *mobile banking* akan tetapi sebaliknya apabila *mobile banking* tersebut tidak memberikan kemudahan maka minat juga tidak akan timbul.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2018) dan Rina (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan teknologi keuangan (*Financial Technology*) akan menimbulkan minat dalam menggunakan. Sehingga dari kemudahan akan timbulnya proses masyarakat dalam memilih, menimbang dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh tentang kemudahan dalam menggunakan yang kemudian akan direspon melalui tindakan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan hasil maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

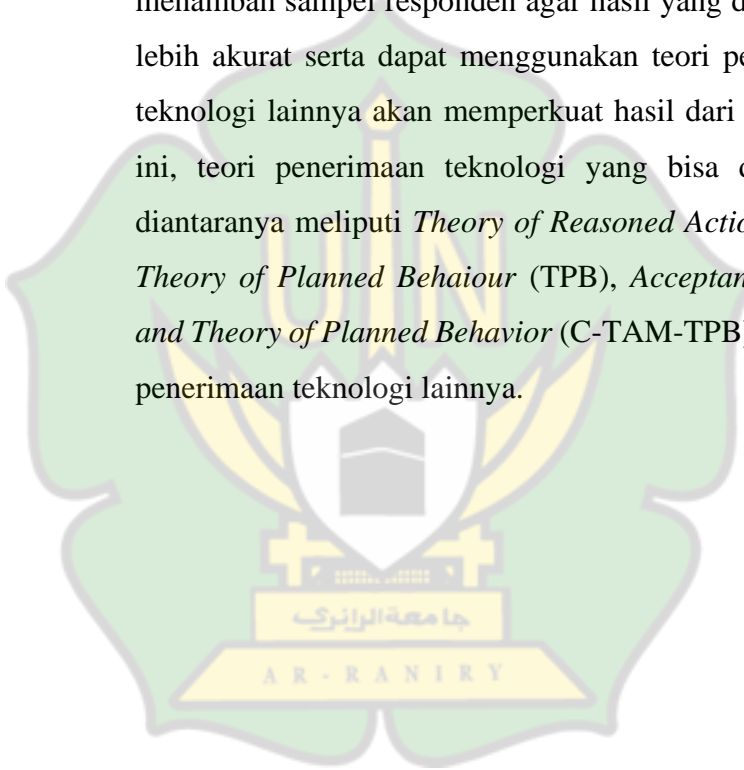
1. Pengetahuan secara signifikan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh.
2. Kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh
3. Kemudahan secara signifikan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh
4. Pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan secara signifikan berpengaruh terhadap penggunaan *financial technology* terhadap minat bertransaksi melalui *mobile banking* pada bank syariah di masyarakat kota Banda Aceh.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil yang didapatkan peneliti, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kepada penyedia *mobile banking* agar kedepannya untuk meningkatkan fitur-fitur yang tersedia dan pelayanan, baik itu dari segi produk ataupun jasa. Sehingga dengan adanya produk ataupun jasa terbaru yang dapat memudahkan dan memberikan manfaat kepada pengguna ataupun calon pengguna sehingga dengan hal tersebut dapat meningkatkan pengaruh sosial dalam mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking* Selain adanya produk atau jasa *mobile banking* juga harus menyediakan promo yang dapat memudahkan dan bermanfaat bagi pengguna sehingga pengguna *mobile banking* baik yang sudah menggunakan maupun calon pengguna dapat mempertahankan pengguna lama maupun pengguna baru contohnya adalah adanya diskon dalam fitur pembelian dan sebagainya.
2. Kepada masyarakat, agar kedepannya mampu memanfaatkan kemudahan yang diberikan *mobile banking* dalam mendukung kegiatan sehari-sehari dan mempermudah transaksi-transaksi yang akan dilakukan.
3. Kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya agar penelitian ini dapat lebih luas dalam melihat minat masyarakat, variabel yang dapat ditambahkan meliputi kualitas produk, kualitas jasa, tingkat keamanan, atau lebih fokus ke gaya hidup yang dijalankan oleh masyarakat sekitar sehingga bisa menggunakan variabel

*lifestyle*, hedonisme, *prestise*, gengsi dan lain sebagainya. Dengan adanya variabel-variabel baru dalam penelitian yang dilakukan terhadap penggunaan *peer to peer lending* maka akan memperkuat hasil yang didapatkan. Diharapkan juga peneliti kedepannya agar dapat menambah sampel responden agar hasil yang didapatkan lebih akurat serta dapat menggunakan teori penerimaan teknologi lainnya akan memperkuat hasil dari penelitian ini, teori penerimaan teknologi yang bisa digunakan diantaranya meliputi *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Acceptance Model and Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB)* dan teori penerimaan teknologi lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2021). Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi dan Privasi Pada Pengguna Smartphone Android di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*
- Al-Gahtani, Hubona, & Wang, J. (2007). Information Technology (IT) in Saudi Arabia; Culture and The Acceptance and Use of IT. *Information and management*.
- Alkhunaizan, A., & Love, S. (2012). Effect of Demography on Mobile Commerce Frequency of Actual Use In Saudi Arabia. *Adances un Information Systems, Computing Mathematics*, 125-131.
- Al-Smadi, M., & S.A, A.-W. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks. *Journal of Internet Banking and*
- Al-Smadi, M., & S.A, A.-W. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks. *Journal of Internet Banking and*
- Andrianto & Frimannsyah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah. *EL-Dinar*,
- Anisa Lutfiani, Mila Mursiana Salma Musfiroh (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, Volume 2 Nomor 3, Juni 2022, ISSN: 2809-7580.
- Anzelin (2020) Persepsi Kegunaan Dan Kemudahan Dalam Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh, *Jurnal Ekonomi*

- Bank Indonesia, Surat edaran No.18/22/DKSP. *Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital*, 2016.
- Bank Indonesia. (2018). *Teknologi Fintech*. Dipetik Maret 3, 2022, dari <http://www.bi.go.id/sistem-pembayaran/Fintech/contents/default.aspx>
- Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia No. 8/20/PBI/2006 tanggal 5 Oktober Tentang Transportasi Kondisi Keuangan Bank Perkreditan Rakyat.
- Budiadji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Danayanti. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, 19-339.
- Diana, N. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money Di Indonesia*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Duranova, L., & Ohly, S. (2016). *Persistent Work-Related Technology Use, Recovery and Will Being Processes Focus on Supplemental Work After Hours*. Heidelberg: Heidelberg University.
- Faizah (2020) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen, Dan Efektivitas Terhadap Minat

Bertransaksi Menggunakan Financial Technology, *Jurnal Ekonomi*

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Review of Predicting and Changing Behavior : The Reasoned Action Approach. *The Journal of Social Psychology*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handayani, T., & Sudiana. (2007). Analisis Penerapan Model UTAUT Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi. *Jurnal Angkasa*.
- Hendratmoko (2019). Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Keputusan dan Kepercayaan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang). *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, p- ISSN: 1978-2241, e- ISSN: 2541-1047, Volume XII, Nomor 2, Juni 2020.
- Iska (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*,, Hal. 215-227, Vol. 14, No. 2, ISSN: 1412-3126.
- Ispriandi, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Khairunnisak. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Musim Dalam Membeli Produk Melalui Fasilitas*

*Digital Market Place*. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

- Kim, H., & Kankanhalli, A. (2009). Investigating User Resistance to Information Systems Implementation: A Status Quo Bias Perspective.
- Lin, J. C.-C., & Hsu, C.-L. (2008). Acceptance of Blog Usage : The Roles of Technology Acceptance, *Social influence* and Knowledge Sharing Motivation. *Information and Management*, 66-72.
- M. Kotler, P., K.L., Brady (2001), *Marketing Manajemen*, Vol. 13, No. 3
- Mahribi, M. A. (2016). *Pionir Solusi Pembayaran ELelektronik Lokal*. Marketing 05 XVI, 91.
- Muhammad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muzdalifa, K. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura*. Future: Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Yapis Papua.
- Nisa (2018), Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Syariah KC Tanjungkarang), *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

- Pavlou, P. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model.
- Pratiwi (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitan Pelayanan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi). *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik (JIHHP)*, Volume 2, Issue 1, E-ISSN: 2747-1993, P-ISSN: 2747-2000.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Siasat Bisnis*.
- Puspitasari (2021), Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech), *Jurnal Manajemen Ekonomi*
- Puspitasari. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT.Bank DKI - Depok).
- Rahmayani (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumenn Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 6, Nomor 9, September 2017, e-ISSN: 2461-0593.
- Rina (2020), Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat Din Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online Pada Bank Muamalat Cabang Palu, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*



- Rivai, Veithzal. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Grafindo Persada.
- Sekaran, U. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjini Ayu, S. S., & Bariadwan, Z. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Malang: Universitas Brawijaya.
- Utami, R. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem dan Layanan, Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan E-Money. Yogyakarta: Fakultas Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
- Venkatesh, V., G. Morris, M., B. Davis, G., & Fred, D. D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View.
- Venkatesh, V., Y.L, J., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*
- Wahyudi, Ogi (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulutgo. *Jurnal*

- EMBA*, Vol. 6 No. 3 Juli 2018, Hal. 1198-1207, ISSN: 2303-1174.
- Weber (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Dalam Menjaga Kelangsungan Usaha Pegadaian Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Tools*, Vol. 11 No. 1 Juni 2019.
- Wei, I. (2016). Development of An Instrument to Measure the Perception of Adoptin an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 192-222.
- Wibowo, A. (2006). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Jakarta: Universitas Budi Luhur.
- Yusuf & Wirsono (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah*. *JOM FISIP* Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017.

**LAMPIRAN**  
**Lampiran 1 Kuesoner**

**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MELALUI *MOBILE  
BANKING* PADA BANK SYARIAH (STUDI PADA  
MASYARAKAT KOTA BANDA ACEH)**

Kepada Yth,  
Responden

Saya Dilla Wanda, mahasiswi tingkat akhir di Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah. Dalam rangka penyelesaian skripsi di prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Ar-Raniry, saya bermaksud melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Minat Bertransaksi Melalui *Mobile Banking* Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh)**”. Adapun kuesioner ini diadopsi dari penelitian Sutonto, Winardi, Davis dan Venkatesh, dengan sedikit perubahan dan penyesuaian penelitian. Mohon kiranya saudara/i mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,  
Dilla Wanda

## A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Usia :  20 – 25 Tahun

26 – 30 Tahun

31 – 35 Tahun

36 – 40 Tahun

> 41 Tahun

Penghasilan :  Rp.1.000.000

Rp.2.000.000

Rp.3.000.000

> Rp. 4.000.000

Frekuensi Penggunaan :  1 kali dalam sehari

2 kali dalam sehari

> 3 kali dalam sehari

jumlah fintech  1 aplikasi

yang digunakan  2 aplikasi

> 3 aplikasi

- Aplikasi Fintech :  BSI *Mobile Banking*
- Bank Aceh Action
- PermataMobile X Syariah
- Maybank2u ID
- BCA Syariah Mobile
- Lainnya



## B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda centang (√) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan yang telah disediakan. Keterangan dan nilai untuk jawaban dalam kuesioner, yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Ragu-ragu (R) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

## C. DAFTAR PERNYATAAN

### 1. Pengetahuan

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Analytical Thinking (AT)</b>						
1.	Saya mengetahui manfaat dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
2.	Saya mengetahui risiko yang dapat ditimbulkan dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
<b>Conceptual Thinking (CT)</b>						
3.	Saya mengetahui mekanisme serta fungsi dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
4.	Saya dapat mengakses <i>Mobile Banking</i> tanpa mengalami kesulitan					

<b>Expertise (EXP)</b>						
5.	Saya merasa bahwa menggunakan <i>Mobile Banking</i> akan memudahkan dalam pekerjaan					
6.	Saya merasa bahwa menggunakan <i>Mobile Banking</i> akan memotivasi dalam pekerjaan					

## 2. Kepercayaan

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Kejujuran</b>						
1.	Saya percaya bahwa <i>mobile banking</i> akan bertindak jujur kepada penggunanya					
2.	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Mobile Banking</i> pada saat transaksi <i>online</i> selalu jujur sehingga lebih aman					
<b>Kompeten</b>						
3.	Saya merasa dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i> akan meningkatkan produktivitas					
4.	<i>Mobile Banking</i> merupakan sebuah teknologi yang bermanfaat yang memiliki banyak manfaat					
<b>Keterbukaan</b>						
5.	Saya dapat melihat riwayat atau mutasi dari					

	penggunaan <i>Mobile Banking</i>					
6.	Saya dapat mengetahui jumlah uang yang telah digunakan saat transaksi <i>online</i>					

### 3. Kemudahan

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Kemudahan Dalam Memahami</b>						
1.	Saya merasa dengan mudah memahami penggunaan <i>Mobile Banking</i> dalam melakukan belanja <i>online</i>					
2.	Saya merasa mudah dalam memahami fitur yang disediakan oleh <i>Mobile Banking</i>					
<b>Kemudahan Dalam Mempelajari</b>						
3.	Saya merasa dengan mudah mempelajari transaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
4.	Saya dengan mudah mempelajari cara transaksi secara <i>online</i> dengan <i>Mobile Banking</i>					
<b>Kemudahan Dalam Mengerjakan Pekerjaan</b>						
5.	Saya merasa transaksi dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i> akan menghemat waktu					
6.	Saya merasa bahwa penggunaan <i>Mobile Banking</i>					



	akan memudahkan dalam kegiatan sehari-hari					
<b>Kemudahan Dalam Mengoperasikan Serta Mengakses Teknologi Informasi</b>						
7.	Saya merasa dengan mudah bertransaksi dengan <i>Mobile Banking</i> dimanapun					
8.	Saya merasa dengan mudah bertransaksi dengan <i>Mobile Banking</i> kapanpun					

#### 4. Minat

No	Daftar Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
<b>Frekuensi Penggunaan</b>						
1.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> dalam melakukan dalam transaksi sehari-hari					
2.	Saya menggunakan beberapa kali <i>Mobile Banking</i> dalam sehari					
<b>Penggunaan Berdasarkan Faktor Emosional</b>						
3.	Saya menyadari <i>Mobile Banking</i> memberikan kemudahan					
4.	Saya menyadari <i>Mobile Banking</i> memberikan manfaat					
<b>Penggunaan Berdasarkan Kebutuhan</b>						
5.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena kebutuhan					
6.	Saya merasa banyak fitur yang dibutuhkan dari <i>Mobile Banking</i>					

<b>Penggunaan Seterusnya</b>					
7.	Saya berencana akan terus menggunakan <i>Mobile Banking</i> sebagai media transaksi				
8.	Saya akan menggunakan <i>Mobile Banking</i> dalam jangka waktu panjang				
<b>Kepuasan Pengguna</b>					
9.	Saya akan merekomendasikan menggunakan <i>Mobile Banking</i> ke orang lain				
10.	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> untuk melakukan transaksi dengan efektif dan efisien				



## Lampiran 2 Tabulasi Data

### 1. Variabel pengetahuan

No	PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	2	22
3	2	2	2	5	5	2	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	3	3	4	25
6	3	3	3	3	3	4	19
7	5	5	5	4	3	5	27
8	2	2	2	5	5	4	20
9	4	4	4	2	2	4	20
10	4	4	4	4	4	5	25
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	3	4	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	4	2	2	23
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	5	5	4	4	2	24
20	3	3	3	2	3	2	16
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	4	5	5	4	4	27
23	2	2	3	5	5	4	21
24	3	3	5	3	3	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	5	5	5	3	4	26
27	4	4	4	4	4	5	25
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	5	3	3	2	23
31	4	4	4	4	4	5	25
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	4	4	5	25
34	2	2	2	5	5	2	18
35	4	4	4	5	4	4	25
36	4	4	4	4	4	5	25
37	4	4	4	4	4	4	24

38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	5	3	2	4	22
42	4	4	4	4	5	4	25
43	4	4	4	4	5	4	25
44	4	4	4	4	2	4	22
45	4	4	4	4	3	5	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	3	4	4	4	23
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	1	4	4	4	4	5	22
54	5	2	4	5	4	5	25
55	4	4	5	5	3	5	26
56	3	5	4	4	4	4	24
57	4	2	4	4	4	4	22
58	4	4	4	4	4	5	25
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	4	4	4	5	4	26
61	4	4	5	5	2	4	24
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	4	4	4	5	25
64	4	5	4	5	5	4	27
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	5	5	5	4	4	27
68	5	5	5	5	2	4	26
69	4	4	4	3	4	5	24
70	4	4	5	4	5	4	26
71	4	4	5	4	3	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	2	5	2	4	23
75	4	4	5	2	5	4	24
76	4	5	2	5	5	4	25
77	4	5	3	2	4	5	23
78	5	5	5	5	5	4	29
79	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	4	5	29

81	4	4	4	4	2	5	23
82	5	2	2	2	4	4	19
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	3	2	5	4	22
85	2	2	5	4	5	5	23
86	2	2	5	4	4	5	22
87	5	5	5	5	4	4	28
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	4	5	29
90	5	4	5	4	4	4	26
91	4	4	4	5	4	4	25
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	4	29
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	2	5	5	3	4	23
97	4	5	4	4	4	4	25
98	5	5	5	5	5	5	30
99	2	1	1	1	1	1	7
100	2	5	5	5	4	4	25

## 2. Variabel Kepercayaan

No	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KE6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	2	4	4	5	4	4	23
3	2	4	5	4	2	2	19
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	4	25
6	5	2	2	4	4	4	21
7	5	5	2	2	2	2	18
8	4	4	2	2	4	4	20
9	4	2	4	4	4	2	20
10	2	2	2	4	4	2	16
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	4	4	2	4	4	22
14	5	2	2	5	4	2	20
15	4	4	4	4	4	5	25
16	2	5	5	4	4	4	24
17	4	4	4	5	4	4	25
18	5	2	2	4	4	4	21

19	2	5	2	5	4	4	22
20	2	2	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	5	4	4	25
23	4	4	4	5	2	1	20
24	4	4	4	5	3	2	22
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	2	2	5	4	4	22
28	2	2	2	2	4	2	14
29	4	4	4	4	4	4	24
30	2	2	5	4	4	4	21
31	5	5	5	4	4	4	27
32	5	5	5	4	4	4	27
33	5	5	5	4	4	4	27
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	5	1	2	20
36	4	4	5	4	2	1	20
37	4	4	5	5	4	4	26
38	5	5	5	4	4	4	27
39	4	4	4	5	4	1	22
40	4	4	4	4	2	1	19
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	2	2	20
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	2	4	4	4	24
46	4	4	4	5	4	4	25
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	2	2	20
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	3	3	22
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	3	4	23
53	5	5	5	3	4	4	26
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	4	4	4	3	3	23
56	4	4	4	4	2	2	20
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	2	2	4	4	4	21
59	4	4	5	4	4	3	24
60	4	5	5	4	4	5	27
61	5	5	5	5	4	5	29

62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	4	2	4	4	24
64	4	4	5	4	4	4	25
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	5	5	30
67	4	2	2	4	4	4	20
68	4	4	5	4	2	2	21
69	5	5	5	4	5	5	29
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	4	29
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	3	23
77	5	4	5	4	4	4	26
78	5	5	5	4	4	4	27
79	5	5	5	5	4	5	29
80	5	5	5	5	4	4	28
81	4	4	3	4	4	4	23
82	4	4	4	4	5	5	26
83	5	5	5	5	5	5	30
84	4	4	4	4	5	5	26
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	5	4	5	5	5	28
87	4	4	5	5	5	5	28
88	5	5	5	5	4	4	28
89	5	5	2	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	5	4	4	4	25
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	4	4	5	5	26
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	5	5	5	5	5	5	30
99	1	1	2	2	1	1	8
100	5	3	4	4	4	4	24

### 3. Variabel Kemudahan

No	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6	KN7	KN8	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	5	4	2	2	2	2	2	23
3	2	5	4	5	5	2	2	2	27
4	4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	2	4	4	4	2	2	26
6	3	4	4	4	4	4	4	5	32
7	2	5	4	4	4	4	5	4	32
8	3	4	4	4	4	4	4	4	31
9	2	2	4	5	5	5	5	5	33
10	2	2	4	5	5	5	2	2	27
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	5	4	2	2	2	5	5	29
14	2	1	4	4	3	4	4	3	25
15	5	1	4	4	4	4	4	4	30
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	5	5	5	5	3	2	3	32
18	4	4	5	4	4	4	4	4	33
19	4	4	3	4	4	4	4	5	32
20	4	4	2	5	5	2	2	1	25
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	4	4	4	2	2	2	2	2	22
23	1	4	4	4	4	4	5	3	29
24	5	5	4	1	3	5	3	5	31
25	4	5	4	1	1	3	3	2	23
26	4	4	4	2	2	2	2	2	22
27	4	4	5	3	3	2	2	3	26
28	2	2	3	3	5	5	5	5	30
29	5	5	4	4	4	4	4	4	34
30	5	5	4	2	2	2	5	3	28
31	2	4	2	4	4	4	4	4	28
32	4	3	4	5	5	5	5	5	36
33	4	5	4	4	4	4	4	4	33
34	4	2	4	5	5	5	5	5	35
35	2	2	4	4	4	4	4	4	28
36	2	1	2	4	4	4	2	2	21
37	4	3	3	4	4	5	5	5	33
38	3	2	4	4	4	4	4	2	27
39	1	2	5	4	4	4	4	4	28
40	1	4	4	4	4	4	4	4	29



41	4	4	4	5	5	5	2	2	31
42	4	3	4	5	5	5	5	5	36
43	2	4	5	2	2	2	2	2	21
44	4	4	4	5	5	5	5	5	37
45	2	2	4	4	4	4	4	5	29
46	4	3	3	4	4	4	4	4	30
47	5	4	4	5	5	5	2	2	32
48	2	5	4	4	4	2	2	4	27
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	3	3	3	5	5	5	5	5	34
51	4	3	4	5	5	5	5	5	36
52	4	4	3	4	4	4	4	4	31
53	2	2	4	4	4	4	4	4	28
54	4	2	3	4	4	4	4	2	27
55	4	4	4	4	4	4	4	5	33
56	2	2	3	5	4	2	2	2	22
57	2	2	4	4	2	4	4	4	26
58	4	5	4	5	5	4	5	4	36
59	1	2	4	1	1	1	4	4	18
60	5	5	4	4	4	4	4	4	34
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	4	4	4	5	5	5	2	2	31
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	4	4	4	4	4	4	4	2	30
68	2	5	3	4	4	4	4	4	30
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	4	5	5	5	2	2	31
71	4	5	5	4	4	4	4	2	32
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	4	4	5	4	4	4	4	4	33
74	5	5	5	5	5	5	2	5	37
75	4	4	4	4	3	3	5	5	32
76	3	4	5	4	4	4	4	4	32
77	4	4	5	4	4	4	4	2	31
78	5	5	5	2	2	2	5	5	31
79	4	5	5	3	3	5	2	5	32
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	4	4	4	4	4	5	2	2	29
82	5	4	4	4	4	2	2	2	27
83	5	5	5	5	5	5	5	5	40

84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	33
85	4	5	5	5	5	5	5	2	2	33
86	5	4	4	4	4	4	4	4	3	32
87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	33
88	4	4	4	4	4	4	4	5	5	34
89	4	4	3	2	2	2	2	2	2	21
90	4	4	4	5	5	5	5	5	5	37
91	4	4	4	5	3	5	3	5	5	33
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	4	4	5	5	5	5	5	5	38
94	5	4	3	5	5	2	5	5	5	34
95	4	4	4	5	5	5	3	2	2	32
96	4	4	4	5	2	2	5	5	5	31
97	4	4	4	5	5	5	5	5	5	37
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	1	1	2	2	5	5	5	5	5	26
100	3	4	4	5	5	5	4	2	2	32

#### 4. Variabel Minat

<b>No</b>	<b>MI 1</b>	<b>MI 2</b>	<b>MI 3</b>	<b>MI 4</b>	<b>MI 5</b>	<b>MI 6</b>	<b>MI 7</b>	<b>MI 8</b>	<b>MI 9</b>	<b>MI10</b>	<b>Total</b>
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
3	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	43
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	4	4	5	5	2	2	2	36
6	5	3	2	2	3	4	4	4	4	4	35
7	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42
8	4	4	5	5	5	3	3	3	4	3	39
9	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	32
10	2	4	3	2	2	2	2	2	2	5	26
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	5	5	5	2	2	39
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
18	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	41
19	4	5	4	4	4	4	4	5	2	2	38
20	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	40

21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	42
23	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
24	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	37
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	4	3	3	4	2	41
27	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	44
28	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	42
33	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	36
34	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	44
35	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
36	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	41
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	5	4	4	4	4	5	5	5	5	2	43
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
41	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
42	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
43	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	34
44	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
45	5	3	5	4	5	5	4	2	4	4	41
46	4	4	5	5	5	5	4	4	4	2	42
47	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
48	4	2	2	4	4	5	4	2	2	2	31
49	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	37
50	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	35
51	4	4	4	4	4	5	5	5	2	2	39
52	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
53	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
54	4	3	4	4	4	4	5	2	2	4	36
55	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
57	2	2	2	2	4	5	2	2	2	4	27
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
59	4	4	5	5	5	4	4	2	2	4	39
60	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
61	4	4	4	4	4	5	5	2	2	4	38
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	35

64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
68	4	4	4	4	4	5	5	2	2	2	36
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
71	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	39
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
74	4	4	5	4	4	4	2	5	5	5	42
75	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
76	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
77	5	5	4	2	2	3	4	4	4	4	37
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
79	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	43
80	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
81	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	35
82	4	4	2	5	4	5	2	5	1	2	34
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
85	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	39
88	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
89	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
90	3	3	3	3	3	5	5	4	3	4	36
91	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	36
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	44
94	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
95	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	35
96	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	30
10	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	40

### Lampiran 3 Hasil Uji Statistik

#### 1. Hasil Uji Validitas

##### a. Variabel Pengetahuan (X<sub>1</sub>)

#### Correlations

		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	Pengetahuan_X 1
PE1	Pearson Correlation	1	.647*	.495*	.271*	.109	.323*	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.279	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PE2	Pearson Correlation	.647*	1	.557*	.349*	.160	.325*	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.112	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PE3	Pearson Correlation	.495*	.557*	1	.383*	.120	.412*	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.233	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PE4	Pearson Correlation	.271*	.349*	.383*	1	.396*	.343*	.673**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PE5	Pearson Correlation	.109	.160	.120	.396*	1	.334*	.527**
	Sig. (2-tailed)	.279	.112	.233	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PE6	Pearson Correlation	.323*	.325*	.412*	.343*	.334*	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Pengetahuan_X 1	Pearson Correlation	.703*	.756*	.730*	.673*	.527*	.665*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

b. Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

**Correlations**

		KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KE6	Kepercayaan_X 2
KE1	Pearson Correlation	1	.464*	.236*	.271*	.340*	.375*	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.018	.006	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KE2	Pearson Correlation	.464*	1	.599*	.281*	.279*	.417*	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KE3	Pearson Correlation	.236*	.599*	1	.378*	.234*	.316*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.000	.019	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KE4	Pearson Correlation	.271*	.281*	.378*	1	.325*	.280*	.573**
	Sig. (2-tailed)	.006	.005	.000		.001	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KE5	Pearson Correlation	.340*	.279*	.234*	.325*	1	.825*	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.019	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KE6	Pearson Correlation	.375*	.417*	.316*	.280*	.825*	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan_X 2	Pearson Correlation	.637*	.739*	.671*	.573*	.731*	.794*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. Variabel Kemudahan (X<sub>3</sub>)

**Correlations**

		KN 1	KN 2	KN 3	KN 4	KN 5	KN 6	KN 7	KN 8	Kemudahan_ X3
KN1	Pearson Correlation	1	.561**	.346**	.199*	.170	.188	.132	.176	.581**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.047	.091	.061	.190	.080	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN2	Pearson Correlation	.561**	1	.454**	.063	.043	-.015	.012	.101	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.537	.672	.884	.904	.317	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN3	Pearson Correlation	.346**	.454**	1	.158	.072	.182	.158	.225*	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.116	.480	.070	.115	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN4	Pearson Correlation	.199*	.063	.158	1	.824**	.558**	.216*	.189	.652**
	Sig. (2-tailed)	.047	.537	.116		.000	.000	.031	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN5	Pearson Correlation	.170	.043	.072	.824**	1	.693**	.241*	.218*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.091	.672	.480	.000		.000	.016	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN6	Pearson Correlation	.188	-.015	.182	.558**	.693**	1	.342**	.371**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.061	.884	.070	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN7	Pearson Correlation	.132	.012	.158	.216*	.241*	.342**	1	.739**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.190	.904	.115	.031	.016	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KN8	Pearson Correlation	.176	.101	.225*	.189	.218*	.371**	.739**	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.080	.317	.025	.060	.029	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Kemudahan_X3	Pearson Correlation	.581**	.455**	.496**	.652**	.669**	.686**	.616**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

#### d. Variabel Minat (Y)

##### Correlations

		MI1	MI2	MI3	MI4	MI5	MI6	MI7	MI8	MI9	MI10	Minat_Y
MI1	Pearson Correlation	1	.637	.557	.530	.519	.235	.392	.373	.478	.165	.712**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.100	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI2	Pearson Correlation	.637	1	.612	.518	.448	.121	.320	.467	.435	.354	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.232	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI3	Pearson Correlation	.557	.612	1	.716	.643	.138	.365	.249	.448	.261	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.171	.000	.013	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI4	Pearson Correlation	.530	.518	.716	1	.754	.246	.337	.292	.296	.106	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.013	.001	.003	.003	.292	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI5	Pearson Correlation	.519	.448	.643	.754	1	.303	.324	.234	.365	.229	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.002	.001	.019	.000	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI6	Pearson Correlation	.235	.121	.138	.246	.303	1	.565	.259	.101	.052	.447**
	Sig. (2-tailed)	.019	.232	.171	.013	.002		.000	.009	.316	.608	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI7	Pearson Correlation	.392	.320	.365	.337	.324	.565	1	.269	.237	.143	.591**
	Sig. (2-tailed)											
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.001	.000		.007	.018	.155	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI8	Pearson Correlation	..373	..467	..249	..292	..234	..259	..269	1	..648	..349	..656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013	.003	.019	.009	.007		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI9	Pearson Correlation	..478	..435	..448	..296	..365	.101	..237	..648	1	..576	..733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.316	.018	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
MI10	Pearson Correlation	..165	..354	..261	..106	..229	.052	..143	..349	..576	1	..537**
	Sig. (2-tailed)	.100	.000	.009	.292	.022	.608	.155	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Minat_Y	Pearson Correlation	..712	..729	..744	..705	..712	..447	..591	..656	..733	..537	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.761	6

### b. Variabel Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.784	6
------	---

c. Variabel Kemudahan

**Reliability Statistics**

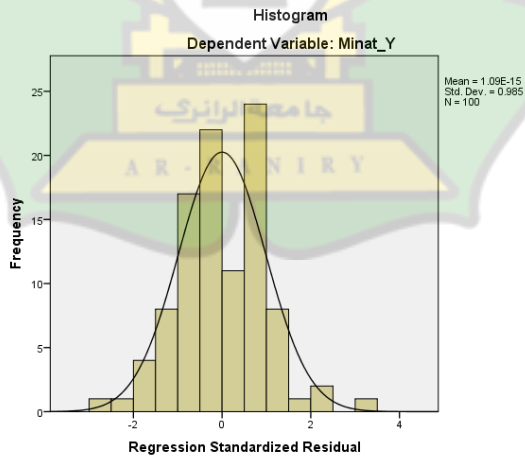
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.746	8

d. Variabel Minat

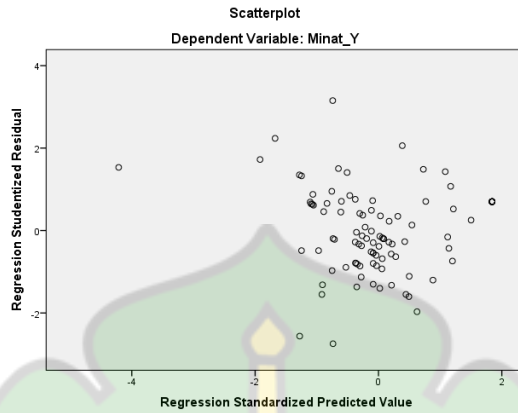
**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.845	10

3. Hasil Uji Normalitas



#### 4. Hasil Uji Heterokedastisitas



#### 5. Hasil Uji Multikolinieritas, Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	11.747	3.196			3.676	.000		
Pengetahuan_X1	.395	.138	.266		2.855	.005	.640	1.563
Kepercayaan_X2	.431	.147	.304		2.938	.004	.516	1.939
Kemudahan_X3	.269	.093	.259		2.878	.005	.682	1.467

a. Dependent Variable: Minat\_Y

## 6. Hasil Uji Simultan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1345.415	3	448.472	28.222	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1525.545	96	15.891		
	Total	2870.960	99			

a. Dependent Variable: Minat\_Y

b. Predictors: (Constant), Kemudahan\_X3, Pengetahuan\_X1, Kepercayaan\_X2

## 7. Hasil Uji Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 <sup>a</sup>	.469	.452	3.986

a. Predictors: (Constant), Kemudahan\_X3, Pengetahuan\_X1, Kepercayaan\_X2

b. Dependent Variable: Minat\_Y