

SKRIPSI

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, KEMUDAHAN DAN
MANFAAT TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG
ELEKTRONIK**

Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur



Disusun Oleh

**WANDA ULFIA MARDHIFA
NIM. 200603062**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/ 1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Wanda Ulfia Mardhifa

NIM : 200603062

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Saya menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiat terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat 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.

جامعة الرانيري

Banda Aceh, 30 Juli 2024

A

N

I

R

Y

Yang Menyatakan



Wanda Ulfia Mardhifa

Wanda Ulfia Mardhifa

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap
Minat Penggunaan Uang Elektronik
Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur**

Disusun oleh :

Wanda Ulfia Mardhifa

NIM: 200603062

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Hendra syahputra, M.M

NIP. 197610242009011005

Pembimbing II,




Rika Mulia, MBA

NIP. 198906032020122013

Mengetahui,

Ketua Prodi Perbankan Syariah,



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

NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat
Penggunaan Uang Elektronik
Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur**

Wanda Ulfia Mardhifa

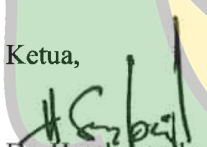
NIM: 200603062

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 (S1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

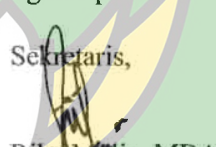
Pada Hari/Tanggal : Rabu, 30 Juli 2024 M
24 Rabiul Akhir 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

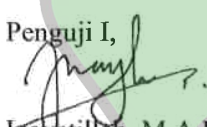
Ketua,


Dr. Hendra syahputra, M.M.
NIP. 197610242009011005

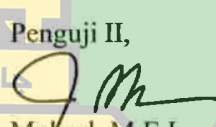
Sekretaris,


Rika Muthia, MBA
NIP. 198906032020122013

Penguji I,


Inayatillah, M.A.Ek
NIP. 198208042014032002

Penguji II,


Muksal, M.E.I
NIP. 199009022020121008

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


Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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, Email: library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Wanda Ulfia Mardhifa
NIM : 200603062
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 200603062@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 KKKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur

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

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 30 Juli 2024

Mengetahui,

Penulis,

Wanda Ulfia Mardhifa
NIM: 190603166

Pembimbing I

Dr. Hendra syahputra, M.M.
NIP. 197610242009011005

Pembimbing II,

Rika Mulia, MBA
NIP. 198906032020122013

LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

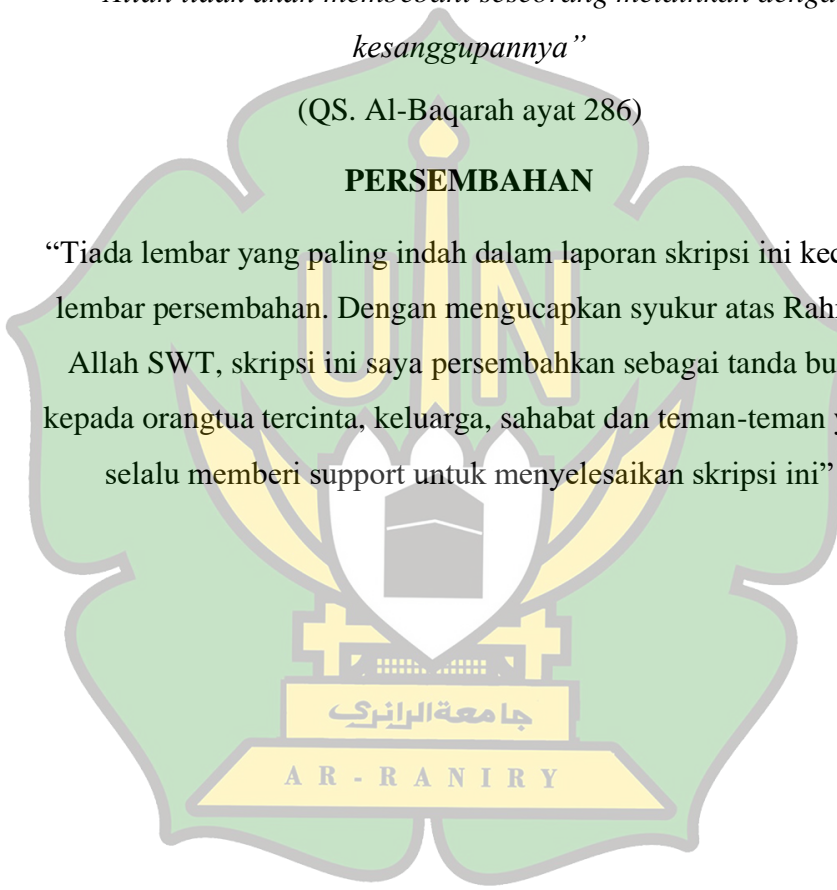
لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah ayat 286)

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta, keluarga, sahabat dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini”



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji dan rasa syukur kepada Allah swt., yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur”** dapat diselesaikan dengan baik. Tidak lupa shalawat serta salam kepada baginda Nabi Besar Muhammad saw, beserta keluarga dan sahabat-sahabat beliau.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti tidak pernah terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin ucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag, Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
3. Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA Selaku Sekretaris Program Studi

Perbankan Syariah.

4. Hafiz Maulana S.P., S.H.I., M.E. Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Inayatillah, M.A.Ek Selaku Dosen Wali Terima Kasih atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada penulis. Semoga jerih payah terbayarkan dan selalu dilimpahkan kesehatan dan kebahagiaan.
6. Dr. Hendra Syahputra, M.M Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan selalu memberikan ilmu dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik selama kurang lebih 1 tahun. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala masukan serta bantuan yang Bapak berikan dalam membimbing penulis. Rasa hormat dan bangga, bisa berkesempatan menjadi mahasiswi bimbingan bapak.
7. Rika Mulia, MBA Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan selalu memberikan ilmu dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik selama kurang lebih 1 tahun. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala masukan serta bantuan yang Ibuk berikan dalam membimbing penulis. Rasa hormat dan bangga, bisa berkesempatan menjadi mahasiswi bimbingan Ibuk.
8. Seluruh dosen, pegawai dan staf akademik FEBI yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menjadi

mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

9. Terima Kasih kepada seluruh pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
10. Teristimewa kepada kedua orang tua, ayah tercinta Faisal Am, S.Pd dan ibunda tercinta Aja Mardhiah, S.Pd yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, didikan, dukungan, finansial, motivasi dan doa yang tak kenal lelah agar penulis memperoleh hasil yang terbaik, dan yang selalu menjadi tempat pulang ternyaman penulis, serta semua yang telah diberikan selama ini yang tidak tergantikan dengan apapun. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Perbankan Syariah.
11. Terima kasih kepada kakak tercinta Shella Uktia Mardhifa, S.Pd dan adik tercinta Nadya Junita Mardhifa dan Mas'udi Famardhi yang selalu memberikan semangat dan doa serta dukungan yang tiada henti kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima Kasih untuk diri sendiri karena sudah terus berjuang sampai saat ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dikatakan tidak mudah

13. Teristimewa Kepada Harmis, Iska Nuilul Fitri, Ellia Indriati Fricia Indriana, Ramadani dan para teman seperjuangan seluruhnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan penelitian selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, bila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini mohon dimaafkan, dengan segenap kerendahan hati penulis sanagat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 10 Juni 2024

Penulis,

Wanda Ulfia Mardhifa

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987–Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	ǰ	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er

ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	y	ye

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 harakat 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 :

- كَتَبَ *kataba*

- فَعَلَ *fa`ala*
- سَأَلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

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

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1 Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah "t".

2 Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- 3 Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudhah al-atfāl/raudhahtul atfāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah*
- طَلْحَةَ *talhah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ *nazzala*
- الْبِرُّ *al-birr*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyah* ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ *ar-rajulu*
- الْقَلَمُ *al-qalamu*
- الشَّمْسُ *asy-syamsu*
- الْجَلَالُ *al-jalāl*

7. **Hamzah**

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ *ta'khuzu*
- سَيِّئٌ *syai'un*
- النَّوْءُ *an-nau'u*

- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn*
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا *Bismillāhi majrehā wa mursāhā*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ *Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/*
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا *Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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 Besar *Bahasa Indonesia* tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Wanda Ulfia Mardhifa
Nim : 200603062
Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan syariah
Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Perilaku
Konsumen Kemudahan dan Manfaat
Terhadap Minat Menggunakan Uang
Elektronik Pada Pelaku UMKM Muslim Di
Kecamatan Bakongan Timur

Pembimbing I : Dr. Hendra Syahputra, MM

Pembimbing II : Rika Mulia, MBA

Perilaku Konsumen, kemudahan dan manfaat merupakan bagian dari faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik, terutama dalam pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen (X_1), kemudahan (X_2) dan manfaat (X_3) secara parsial dan simultan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer, dengan teknik pengumpulan data yaitu angket. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan metode analisa yang digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial perilaku konsumen dan kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur sedangkan manfaat secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur. Secara simultan perilaku konsumen, kemudahan dan manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Kata Kunci : Perilaku konsumen, Kemudahan dan Manfaat terhadap minat menggunakan uang elektronik.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN....	xii
ABSTRAK.....	xxi
DAFTAR ISI	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1. Uang Elektronik	12
2.1.1 Pengertian Uang Elektronik	12
2.1.2 Bentuk Transaksi Uang Elektronik	13
2.1.3 Dasar Hukum Uang Elektronik.....	14
2.1.4 Akad-akad Pada Uang Elektronik.....	15
2.1.5 Tujuan Penggunaan Uang Elektronik	17
2.1.6 Karakteristik Uang Elektronik	18
2.2. Minat	19
2.2.1 Definisi Minat	19
2.2.2 Unsur-unsur Minat	20
2.2.3 Aspek Minat	21
2.2.4 Indikator Minat	21
2.3. Kemudahan Menggunakan Uang Elektronik	22
2.3.1 Indikator Kemudahan.....	23
2.4. Manfaat	24
2.4.1 Definisi Manfaat	24
2.4.2 Indikator manfaat	24
2.5. Perilaku Konsumen	25

2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	25
2.5.2 Indikator Perilaku Konsumen	27
2.5.3 Perilaku Konsumen Dalam Islam	28
2.6. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	29
2.7. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	30
2.8. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	30
2.9. Penelitian Terdahulu	30
2.10 Keterkaitan Antar Variabel	36
2.10.1. Pengaruh Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	36
2.10.2. Pengaruh Variabel Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	36
2.10.3. Pengaruh Variabel Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik.....	37
2.11 Kerangka Berfikir.....	37
2.12 Hipotesis Statistik.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1. Jenis Penelitian.....	41
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.2.1 Tempat Penelitian	41
3.2.2 Waktu Penelitian	41
3.3. Data dan Teknik Pemerolehannya	42
3.4. Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Variabel Dependen (Y).....	43
3.4.2 Variabel Independen (X).....	44
3.5 Skala Pengukuran.....	45
3.6 Uji Instrumen	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reabilitas.....	47
3.7. Uji Asumsi Klasik	48
3.7.1 Uji Normalitas.....	48
3.7.2 Uji Multikolinearitas	49
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
3.9 Uji Hipotesis.....	51
3.9.1 Uji Parsial (Uji T)	51
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	51

3.9.3 Koefisien Determinasi.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
4.1 Gambaran Umum Kecamatan Bakongan Timur.....	53
4.2 Karakteristik Responden	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	55
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha	56
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Transaksi Perhari	58
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform Uang Elektronik yang Digunakan	59
4.3 Statistik Deskriptif.....	60
4.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	63
4.4.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumen.....	63
4.4.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan	65
4.4.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat	67
4.4.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat	70
4.5 Hasil Instrumen Penelitian	72
4.5.1 Hasil Uji Validitas.....	72
4.5.2 Hasil Uji Reabilitas	73
4.6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	74
4.6.1 Hasil Uji Normalitas	74
4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.8 Pengujian Hipotesis.....	79
4.8.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	79
4.8.2 Uji Simultan (Uji-F).....	80

4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R2)	81
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.9.1 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat penggunaan Uang Elektornik pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur	83
4.9.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat penggunaan Uang Elektornik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur	84
4.9.3 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektornik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur	85
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Akademis	87
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	46
Tabel 3.3 Interpretasi Sjar Min.....	46
Tabel 4.1 Nama Gampong di Kecamatan Bakongan Timur	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Perhari	59
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Platform yang Digunakan	60
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif	61
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Perilaku Konsumen	63
Tabel 4.10 Hasil pengujian Tanggapan Responden pada Variabel Kemudahan	65
Tabel 4.11 Hasil pengujian tanggapan Responden pada Variabel Manfaat.....	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian tanggapan Responden pada Variabel minat.....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coeffients	78
Tabel 4.17 Hasil uji Parsial	79
Tabel 4.18 uji F.....	81
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi	82

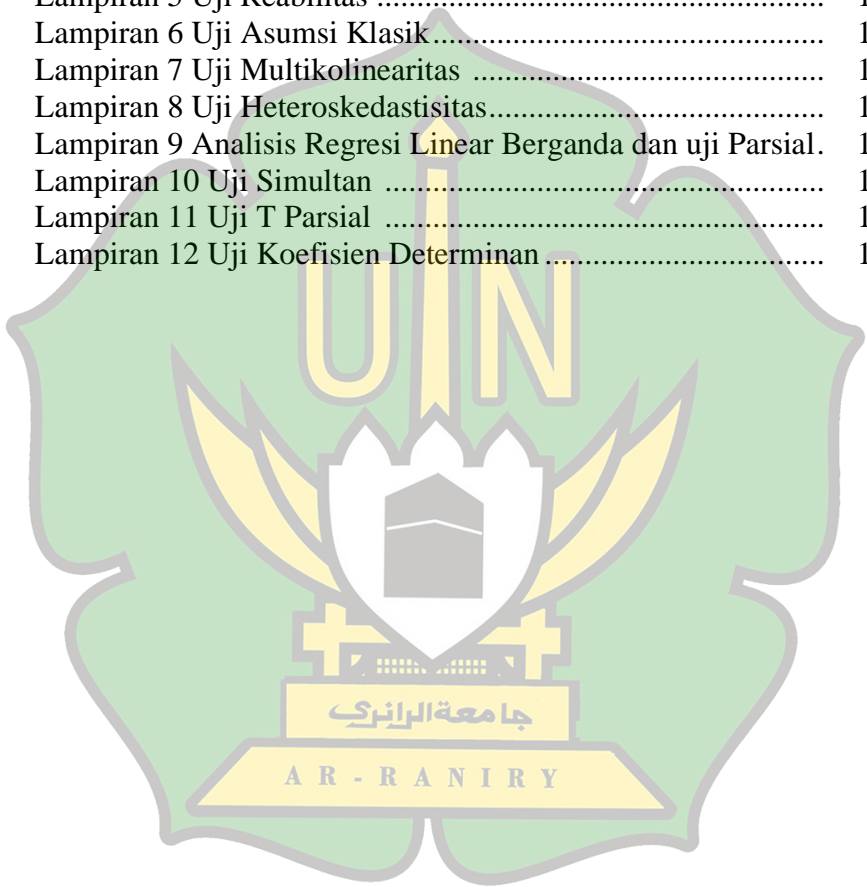
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik	5
Gambar 1.2 Data Jumlah Uang Elektronik yang Beredar	6
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Peta Kec. Bakongan Timur	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-lot	75
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastitas dengan Scatterplot....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Kuesioner	100
Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif	112
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	112
Lampiran 5 Uji Reabilitas	115
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas	116
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas.....	117
Lampiran 9 Analisis Regresi Linear Berganda dan uji Parsial.	117
Lampiran 10 Uji Simultan	118
Lampiran 11 Uji T Parsial	118
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinan	118



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah sangat maju dan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat diseluruh dunia. Penggunaan uang elektronik sudah sangat menyebar luas diseluruh penjuru dunia hal ini akan sejalan dengan aktifnya para pengguna telepon yang telah menawarkan berbagai macam fitur termasuk dalam penggunaan uang elektronik. Penggunaan uang elektronik mulai ramai digunakan diseluruh Indonesia, khususnya di tempat kota-kota besar dan desa. Sejak diperkenalkan pada tahun 2007 uang elektronik atau *e-money* sudah mulai diklasifikasi ke dalam bentuk produk yang berbasis kartu, produk yang berbasis sebagai alat perangkat lunak. Layanan uang elektronik atau *e-money* semakin meningkat dikalangan Indonesia, bukan hanya disediakan oleh pihak bank atau perusahaan telekomunikasi, pengembangan aplikasi juga telah mengambil bagian dari sistem pembayaran elektronik. Uang elektronik atau disebut sebagai *e-money* yang berbasis sebagai perangkat lunak biasanya berbentuk aplikasi seperti OVO, Gopay, atau LinkAja, sedangkan pada uang elektronik hanya berbasis *chip* yang pada umumnya berbentuk seperti kartu Flazz dan Brizzi (Meuthia, 2020).

Masuknya era digitalisasi yang telah menciptakan berbagai inovasi yang memiliki perkembangan dan peningkatan dibidang perekonomian di Indonesia terutama dalam kegiatan transaksi

pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat. Masyarakat tentu saja memerlukan suatu alat pembayaran yang lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan penggunaan uang tunai. Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan para masyarakat sudah dapat di seimbangi melalui pembayaran non tunai yang cepat dan efisien (Asidik, 2020).

Transaksi non tunai mengalami peningkatan, selain dengan adanya dukungan kemajuan teknologi, adanya perubahan pada pola kehidupan masyarakat dan berkembangnya inovasi. Di Zaman modern ini, kepraktisan ini menjadi hal yang sangat penting dan mendukung kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah. Untuk kebutuhan keuangan, sudah banyak teknologi-teknologi yang canggih dan dapat digunakan misalnya berkembangnya uang elektronik atau *e-money*. Dengan adanya uang elektronik atau *e-money* dapat memudahkan dan mendukung kebutuhan manusia dalam berbagai hal misalnya pada saat melakukan transaksi umum seperti membeli pulsa dan berbelanja. Berbeda halnya dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit dan kartu kredit yang terhubung secara langsung kepada rekening pengguna, transaksi melalui uang elektronik tidak terhubung dengan rekening pengguna akan tetapi memiliki kantor sendiri dan dapat melakukan isi ulang dengan menggunakan cara *top-up* (Asidik, 2020).

Indonesia merupakan salah satu negara yang mendukung adanya uang elektronik. Hal ini telah dibuktikan dengan adanya program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang diumumkan

pada tanggal 14 Agustus 2014 bertujuan untuk membentuk generasi masyarakat agar lebih memilih menggunakan uang non tunai untuk transaksi (*less cash society*). Dengan adanya bentuk dan dukungan terhadap GNNT, perusahaan perbankan, telekomunikasi hingga fintech berlomba-lomba untuk dapat menciptakan produk uang elektronik yang bagus. Jenis-jenis uang elektronik yang bermunculan di Indonesia yaitu, Gopay, OVO, Shopeepay, Dana dan yang lainnya. Eksistensi para pengguna uang elektronik telah diuji pada masa pandemi Covid-19. Data Bank Indonesia telah melakukan pencatatan meningkatnya transaksi dan jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia selama pandemi Covid-19 banyak masyarakat meminimalisir kontak langsung dengan orang lain guna mencegah penularan Covid-19 melalui uang tunai, jadi masyarakat lebih memilih untuk dapat bertransaksi secara online dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) salah satunya ialah uang elektronik (Rizal, 2020).

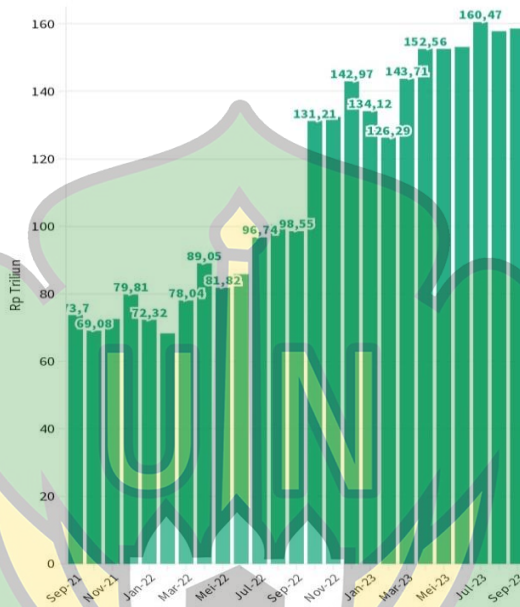
Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat dan akan memberikan kemanfaatan dalam memberikan kemudahan untuk dapat mengakses informasi serta kemudahan dalam mengakses sumber daya secara efektif dan efisien. Pertumbuhan internet juga sangat turut mempengaruhi terhadap kehidupan para masyarakat, kehidupan yang tidak jauh dengan telepon dan internet. Pertumbuhan internet juga melahirkan inovasi yang baru khususnya dalam teknologi keuangan (*financial*

technology) yang dapat memudahkan dalam mengakses jaringan masyarakat terhadap layanan keuangan (Namira, 2022).

Uang elektronik atau *e-money* yang memiliki bentuk seperti kartu fisik yang menggunakan *chip* dan pemakaiannya cukup melakukan *top-up* pada mesin *reader* nya. Penggunaannya juga dapat terbilang cepat karena tidak perlu menggunakan *pin* atau *password*, akan tetapi kartu ini dapat digunakan oleh siapa saja. Uang elektronik yang sifatnya berbasis *server* penggunaannya hanya melalui *smartphone* untuk bertransaksi. Para pengguna cukup *men-scan barcode* yang tertera di *smartphone* pengguna ke mesin *reader* kemudian memasukkan jumlah nominal yang ingin ditransaksi (Hilmawan, 2020).

Keberadaan uang elektronik pada awalnya masih berupa seperti kartu yang ditanami dengan *chip* sebagai identitas supaya dapat terbaca oleh mesin. Uang elektronik juga semakin berinovasi baik dari segi bentuk maupun fasilitas yang disediakan dengan adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) secara tidak langsung telah memaksa masyarakat untuk dapat berpindah kedalam uang elektronik dengan fungsi uang elektronik yang beragam macam seperti pembayaran jalan tol, parkir, serta pembayaran transportasi lainnya (Lestari & Santoso, 2021). Nilai transaksi uang elektronik dapat dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1.1
Nilai Transaksi Uang Elektronik
(September 2021-September 2023)



Sumber: Bank Indonesia, 2023

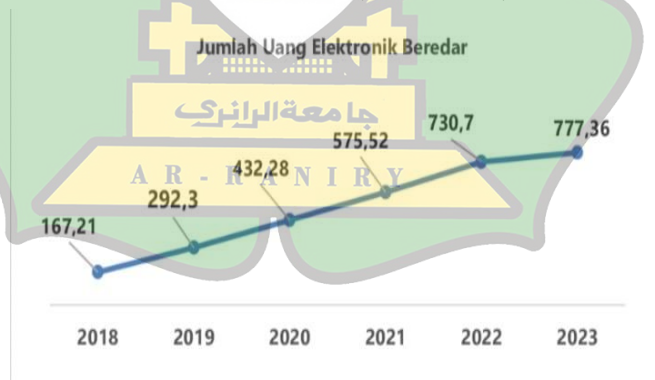
Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp158,59 triliun pada september 2023. Jumlah itu meningkat 0,5% dibandingkan pada bulan sebelumnya (*month-to-month/m-to-m*) yang sebesar Rp 157, 81 triliun. Nilai transaksi uang elektronik pada September 2023 juga masih lebih tinggi 60,9% dibandingkan setahun sebelumnya. Pada September 2022, nilai transaksi uang elektronik diindonesia tercatat sebesar Rp98, 55triliun.

Secara rinci, nilai transaksi belanja dengan uang elektronik tercatat sebesar Rp39,59 triliun pada September 2023. Kemudian, nilai transaksi transfer antar uang elektronik sebesar Rp32,28

triliyun. Nilai transaksi ketika pertama kali mengisi uang elektronik sebesar Rp 713 miliar lalu nilai transaksi *top-up* uang elektronik sebesar Rp84,4 triliyun. Adapula nilai transaksi uang elektronik untuk tarik tunai tercatat sebesar Rp1,02 triliyun. Adapun nilai transaksi *redeem* uang elektronik sebesar Rp985 miliar.

Dari sisi volumenya, transaksi uang elektronik tercatat mencapai 1,68 miliar kali pada September 2023. Jumlah itu turun 16% secara bulanan, tetapi naik 55,7% dibandingkan tahun sebelumnya. BI juga melaporkan, nilai transaksi kartu kredit di Indonesia sebesar Rp33,39 triliyun pada September 2023. Jumlahnya yang sebesar Rp34,38 triliyun. Sementara, nilai transaksi kartu debit di Indonesia sebesar Rp621,23 triliyun pada September 2023 jumlah tersebut menurun 3,7% yang sebesar Rp644,78 triliyun.

Gambar 1.2
Data Jumlah Uang Elektronik yang Beredar (2018-2023)



Sumber: OJK(2022)

Gambar diatas menunjukkan bahwa jumlah uang elektronik beredar tahun 2018-2023 mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut

disebabkan karena penggunaan uang elektronik yang semakin populer dikalangan UMKM karena kemudahannya dalam mengakses layanan keuangan. Peningkatan penggunaan uang elektronik di Indonesia juga turut berkontribusi terhadap perkembangan UMKM melalui pembiayaan UMKM yang memanfaatkan fintech P2P lending.

Aceh merupakan provinsi yang masyarakatnya mulai aktif dalam menggunakan uang elektronik. Penggunaan uang elektronik pada masyarakat Aceh dalam melakukan pembayaran di berbagai platform online *e-commerce* hingga *merchant* atau toko offline yang telah menerima pembayaran melalui uang elektronik, toko-toko grosir di Kabupaten Aceh selatan khususnya Kecamatan Bakongan Timur juga sudah mulai menggunakan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), dan masyarakatnya juga sudah mulai menggunakan uang elektronik hal ini juga membuat para masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan pembayaran (Chikita, 2022).

Dengan semakin bertambahnya pengguna uang elektronik, maka dapat diasumsikan pertumbuhan penggunaan uang elektronik di Kabupaten Aceh Selatan semakin meningkat khususnya pada pelaku (UMKM) Di Kecamatan Bakongan Timur. Berdasarkan hasil observasi Di Kabupaten Aceh Selatan khususnya Kecamatan Bakongan Timur penggunaan uang elektronik sudah mulai digunakan oleh pelaku UMKM dan masyarakat.

Untuk mengetahui faktor tersebut penelitian fokus pada konsep penelitian ini dengan menggunakan Model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang telah di kemukan oleh Davis (1989). Model TAM ini menjelaskan hubungan antara persepsi manfaat dan kemudahan terhadap minat dalam menggunakan sistem. Model TAM ini merupakan model yang paling banyak digunakan untuk dapat diprediksi penerima teknologi informasi dan terbukti telah menjadi model teoritis yang berguna untuk membantu memahami serta dapat menjelaskan pelaku dalam sistem informasi (Setiawan, 2021).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mencoba *ingin* mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh perilaku konsumen kemudahan dan manfaat terhadap minat penggunaan uang elektronik pada Pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur?

3. Apakah kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur?
4. Apakah perilaku konsumen, kemudahan dan manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaa uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk dapat mengetahui apakah perilaku konsumen, berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur.
2. Untuk dapat mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur.
3. Untuk dapat mengetahui apakah kemanfaatan mengenai uang elektronik berpengaruh terhadap minat penggunaan pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur.
4. Untuk dapat mengetahui apakah perilaku konsumen, kemudahan dan manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi dan memperluas ilmu pengetahuan mengenai minat dalam menggunakan uang elektronik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pemahasan serta wawasan yang lebih untuk pengembangan akademik, kemudian juga dapat menjadi bahan acuan dan referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

b. Bagi Penulis

Bagi penulis sendiri, penelitian ini juga bermanfaat sebagai bahan pembelajaran dan dapat menambahkan wawasan ilmu pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh perilaku konsumen, kemudahan dan manfaat terhadap minat penggunaan uang elektronik.

3. Manfaat kebijakan

Diharapkan agar bisa menjadi bahan untuk menganalisis dan mengevaluasi untuk dapat memperbaiki kebijakan dalam perizinan penyelenggara uang elektronik di Indonesia agar menjaga kepentingan para konsumen dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan, dan bisa untuk meningkatkan pengawasan pelaksanaan penggunaan uang elektronik untuk menghidar resiko.

1.5 Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab, untuk dapat memudahkan pada pembahasan skripsi. Adapun setiap babnya terdiri dari:

BAB I Pendahuluan, bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, yang menguraikan tentang teori-teori yang diperlukan, peneliti terkait, dan mengembangkan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian, berisikan informasi mengenai penelitian dan bagaimana cara untuk melakukan penelitian serta cara apa yang digunakan untuk meneliti. Bab ini berisikan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, merupakan bab hasil dan pembahasan inti dari penelitian berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V Penutup, bab kelima ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi: kesimpulan dan saran-saran dari penulis mengenai hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Uang Elektronik

2.1.1 Pengertian Uang Elektronik

Di Indonesia uang sebagai alat pembayaran yang berbentuk uang kertas, uang logam, kartu kredit, uang giral, uang digital dan lain-lain yang telah dikeluarkan oleh lembaga keuangan. Penggunaan uang dilakukan untuk dapat bertransaksi tunai maupun bertransaksi secara elektronik. Transaksi uang elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya (Aulia, 2021).

Berdasarkan publikasi Bank for International Settlements uang elektronik didefinisikan sebagai “produk stored value (nilai tersimpan) atau prepaid (prabayar) dimana catatan pada perangkat dalam elektronik yang dimiliki oleh para konsumen”. Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 pasal 1 tentang Uang Elektronik, yang dimaksud dengan uang elektronik ialah sebagai salah satu instrumen alat pembayaran yang telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

Aturan dalam Islam tentang uang elektronik terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah yang menjelaskan uang elektronik adalah sebagai alat pembayaran yang sah dan telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang di setor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Jumlah nominal uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
- c. Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.
- d. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut (Hidayat, 2020).

Menurut Bank Indonesia uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan ruang lingkup penyelenggara yang terdiri dari: (1) *Closed loop* yaitu uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada para penyedia barang dan jasa yang merupakan penerbit uang elektronik, (2) *Open loop* yaitu uang elektronik yang digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang dan jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik (Kholidah, 2021).

2.1.2 Bentuk Transaksi Uang Elektronik

Secara umum, bentuk-bentuk transaksi uang elektronik yaitu:

- a. Transaksi Pembayaran

Pada prinsip transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik dilakukan melalui pertukaran nilai dalam bentuk data elektronik.

- b. Transfer

Di dalam uang elektronik, transfer adalah pengiriman uang elektronik antar pemegang uang elektronik.

c. Tarik Tunai

Tarik tunai ialah penarikan tunai nilai mata uang elektronik yang dapat dilakukan disetiap saat oleh para pemegang.

d. *Refund*

Reedem atau refund ialah penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik yang dilakukan oleh pemegang pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa.

2.1.3 Dasar Hukum Uang Elektronik

Hukum menggunakan dan bertransaksi menggunakan uang elektronik pada dasarnya sama hukumnya seperti menggunakan uang kertas yang biasa karena keduanya sama-sama memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat pembayaran yang sah atas transaksi jual beli barang atau jasa.

Menurut perspektif syariah, hukum atas uang elektronik ialah halal. Kehalalan ini berlandaskan kaidah; disetiap transaksi dalam bermuamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil yang jelas mengharamkannya, maka saat hukumnya akan berubah menjadi haram, maka dari setiap *chip* atau *server e-money* yang dikeluarkan harus memenuhi ketentuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam penjelasan dan peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005, tentang akad penghimpunan dan penyaluran

dana yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah, pasal 2 ayat 3 yang menjelaskan usaha bertransaksi dalam islam adalah:

- a. Tidak mengandung Maysir, Maysir merupakan transaksi yang mengandung unsur perjudian.
- b. Tidak menimbulkan Riba, Riba merupakan transaksi dengan pengambilan penambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam dan pengalihan harta secara batil atau bertentangan dengan ajaran islam (Chikita, 2022).

Dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَكُلُونَ الرِّبَا لَا يُفُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ
عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan karena gila, yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah mehalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya”*.

2.1.4 Akad-akad Pada Uang Elektronik

Akad antara penerbit dengan pemegang uang elektronik adalah akad *wadi'ah* atau akad *qardh*. Dalam akad yang digunakan adalah

akad *wadi'ah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *wadi'ah* sebagai berikut:

- a. Jumlah nominal uang elektronik bersifat titipan yang dapat diambil dan digunakan kapan saja.
- b. Jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan tidak boleh digunakan oleh penerima titipan, kecuali atas izin pemegang kartu.
- c. Dalam hal jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan digunakan oleh penerbit atas izin pemegang kartu, maka akad titipan berubah menjadi akad pinjaman *qardh* dan tanggung jawab penerima titipan sama dengan tanggung jawab dalam akad *qardh*.
- d. Otoritas terkait wajib membatasi penerbit dalam penggunaan dana titipan.
- e. Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan undang-undang.

Dalam hal akad yang digunakan adalah *qardh*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *qardh* sebagai berikut:

- a. Jumlah nominal uang elektronik bersifat hutang yang dapat diambil serta digunakan oleh pemegang kapan saja.
- b. Penerbit dapat menggunakan menginvestasikan uang hutang dari pemegang uang elektronik.
- c. Penerbit wajib mengembalikan jumlah pokok piutang pemegang uang elektronik.

- d. Otoritas terkait wajib membatasi penerbit dalam penggunaan dana pinjaman.
- e. Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan undang-undang.

Diantara akad yang dapat digunakan penerbit dengan pihak dalam penyelenggara uang elektronik (principal, *acquirer*, pedagang *merchant*) adalah akad *ijarah*, akad *ju'alah*, dan akad *wakalah bi al-ujrah*.

DSN-MUI menambahkan aturan mengenai uang elektronik yaitu jumlah nominal uang elektronik yang ada pada penerbit arus ditempatkan di Bank Syariah, serta dalam hal kartu yang digunakan sebagai alat media uang elektronik hilang maka jumlah nominal uang yang ada dipenerbit tidak boleh hilang. Uang elektronik memiliki dimensi insani yang dominan. Sehingga tidak bertentangan dengan dimensi ilahi dari tujuan syariah (Setiyawati, 2020).

2.1.5 Tujuan Penggunaan Uang Elektronik

Uang elektronik merupakan suatu produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang yang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki oleh seseorang dan diciptakan dengan memiliki berbagai manfaat yang akan diberikan dengan kemudahan yang ditawarkan kepada pengguna. Salah satu upaya pemerintah yaitu dengan menciptakan sistem pembayaran yang lebih modern cepat dan efisien melalui perbankan, sehingga para masyarakat akan mempertimbangkan uang elektronik sebagai pilihannya. Dengan kita mengasumsikan uang elektronik ini akan

menjadi pilihan yang terbaik dibandingkan dengan alat pembayaran yang lain dan juga ditambah dengan aturan yang membuat uang elektronik tidak memiliki perbedaan yang banyak terhadap uang kartal, maupun giro, bahkan lebih terjamin juga pada segi keamanannya.

Uang elektronik juga memiliki kelebihan yaitu pada waktu yang diperlukan pada saat ingin bertransaksi jauh lebih singkat dibandingkan bertransaksi dengan alat pembayaran yang lain. Pemakaian uang elektronik tidak memerlukan otoritas, tanda tangan atau memasukkan kode PIN. Dengan transaksi *offline* biayanya dapat dikurangi dan juga *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* (Utama, 2022).

2.1.6 Karakteristik Uang Elektronik

Secara umum fitur uang elektronik memiliki beberapa karakteristik antara lain sebagai berikut:

- a. Nilai uang yang telah tercatat dalam instrument *e-money*, atau sering disebut dengan *stored value*, yang akan berkurang pada saat konsumen menggunakan transaksi pembayaran.
- b. Dana yang tercatat dalam *e-money* sepenuhnya berada dalam pengawasan konsumen.
- c. Pada saat melakukan transaksi, perpindahan dana dalam bentuk *electronic value* dari *e-money* milik konsumen kepada terminal *merchant* yang dapat dilakukan secara *offline*. Dalam hal ini verifikasi cukup dilakukan pada level *merchant (point*

of sale), tanpa harus *online* ke komputer penerbit (Hasibuan, 2020).

2.2. Minat

2.2.1 Definisi Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah dan keinginan. Minat merupakan kecerendungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi individu dapat merubah minat seseorang sehingga dapat dinyatakan minat dan sifatnya stabil. Secara etimologi pengertian minat yaitu perhatian, kecenderungan jiwa terhadap sesuatu yang diinginkan. Sedangkan menurut istilah suatu perangkat mental terdiri dari suatu perasaan, pendirian, harapan, prasangka atas kecenderungan yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut Jogiyanto (2007) mendefinisikan bahwa minat ialah keinginan untuk dapat melakukan sesuatu. Selain itu Kotler (2012) juga mendefinisikan minat merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang telah dilihat, kemudian akan timbul ketertarikan untuk dapat mencoba produk tersebut dan pada akhirnya timbulah keinginan untuk dapat membeli dan memiliki produk tersebut. Menurut Dewi dan Warmika (2016) Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk dapat melakukan perilaku tertentu. Menurut Davis *et al* (1989) indikator minat menggunakan yaitu: akan bertransaksi, akan merekomendasikan dan akan terus menggunakan (Hendratmoko, 2020).

Shomad dan Purnomosidhi dalam jurnal Khoiriyah (2020) menyatakan bahwa minat adalah suatu dorongan atau keinginan individu untuk dapat melakukan perilaku tertentu. Minat dapat dimaknai sebagai kecenderungan dan keinginan yang besar terhadap suatu hal. Istilah “minat” sendiri merupakan suatu istilah yang digunakan dalam konteks kepribadian untuk dapat menggambarkan keinginan serta dorongan seseorang untuk memilih sesuatu yang sebanding dengannya. Minat seseorang sangat bervariasi karena memiliki berbagai bentuk ragam (Siswanti, 2022).

Menurut Hasnawati (2011) Minat ialah salah satu komponen psikologis yang dapat memotivasikan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Seseorang yang tertarik pada suatu objek cenderung memberikan perhatian yang lebih besar atau merasa senang dengan objek tersebut. Namun, jika objek tersebut tidak menimbulkan rasa senang, maka individu tersebut tidak akan memiliki minat terhadap objek tersebut. Minat menurut Chuang *et.al* dalam jurnal Asri (2022) dalam penggunaan mencerminkan kecenderungan perilaku individu dalam menggunakan teknologi informasi dimasa mendatang.

2.2.2 Unsur-unsur Minat

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdul Rahman Abror (1993: 112), menjabarkan unsur-unsur minat sebagai berikut:

- a. Unsur kognisi (menenal), dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut.

- b. Unsur emosi (perasaan), karena dalam partisipasi atau pengalaman juga disertai dengan perasaan tertentu.
- c. Unsur konasi (kehendak), merupakan lanjutan dari kedua unsur yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan kegiatan.

2.2.3 Aspek Minat

Aspek-aspek minat menurut Hurlock (2013) terbagi dalam dua aspek yaitu:

- a. Aspek kognitif, minat yang berdasarkan atas konsep yang dikembangkan oleh seseorang mengenai bidang yang terkait dengan minat. Misalnya atas pengalaman apa yang dipelajari dan didapatkan informasi dilingkungan yang membangun aspek kognitif.
- b. Aspek efektif, adalah minat yang membangun aspek kognitif dan juga dinyatakan pada sikap terhadap sesuatu yang menimbulkan objek minat (Chikita, 2022).

2.2.4 Indikator Minat

Menurut jogiyanto (2007) yaitu minat untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan mendatang yaitu:

- a. Promosi : yaitu dapat dikenal luas oleh para masyarakat sekaligus mempengaruhi para pelaku UMKM supaya menggunakan jasa produk tersebut.
- b. Tertarik : adanya kelebihan sehingga membuat para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakannya.

- c. Manfaat : yaitu kegunaan atau hasil yang didapatkan pada saat menggunakan produk tersebut (Melati, 2020).

2.3. Kemudahan Menggunakan Uang Elektronik

Kemudahan menurut Jogiyanto (2007:115) dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mempercayai bahwa menggunakan suatu teknologi itu mudah. Kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem, dan semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Berdasarkan definisi, dapat diketahui bahwa kemudahan ini juga merupakan keyakinan dalam proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya (Artini, 2019).

Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai suatu tingkat dimana seseorang yakin bahwa dengan ia menggunakan sistem tertentu maka tidak diperlukan usaha apapun (*free effort*) atau dengan bahasa lain teknologi tersebut dapat dengan mudah di mengerti dan dipahami oleh para pengguna. Nasution (2004) menyatakan bahwa pengguna teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih *fleksibel*, mudah dipahami dan mudah dalam pengoperasiannya (Syahidah, 2018).

Menurut Davis (2019:30) dalam Artini (2017) kemudahan merupakan tingkat ekspektasi para pengguna terhadap usaha yang

harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi akan bebas dari sebuah usaha (Sulfian, 2023).

Berdasarkan definisi diatas, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mempengaruhi usaha seseorang baik tenaga maupun waktu untuk dapat mempelajari sistem informasi teknologi karena individu yakin bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah digunakan. Intensitas para pengguna dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem yang dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dan lebih mudah digunakan oleh pengguna (Adam *et al.*1992).

2.3.1 Indikator Kemudahan

Menurut (Davis *et al*, 2019:30). Terdapat empat indikator dari kemudahan kegunaan yaitu.

- a. Mudah untuk dipahami.

Memanfaatkan teknologi informasi dipercaya dapat mempermudah seseorang dalam proses pembelajarannya.

- b. Mudah dibawa

Tidak perlu membawakan uang tunai kemana pun, dan lebih praktis.

- c. Mudah untuk digunakan.

Menggunakan suatu teknologi dipercaya akan memudahkan penggunaanya karena teknologi tersebut mudah dipakai dan lebih mudah untuk digunakan

2.4. Manfaat

2.4.1 Definisi Manfaat

Menurut Jogiyanto (2007) mendefinisikan bahwa persepsi manfaat sebagai peningkatan kinerja seseorang dengan menggunakan teknologi. Menurut Rahmatsyah (2011) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai probabilitas dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi untuk memudahkannya dalam bekerja. Menurut Phontanukitihawon (2016) mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai sejauh mana seseorang yakin dan percaya dalam menggunakan *e-money* akan meningkatkan kinerja. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat ialah anggapan atau kepercayaan individu (Inayah, 2020).

2.4.2 Indikator manfaat

Menurut (Davis *et al*, 2017:4). Persepsi manfaat dapat diukur dari beberapa indikator yang dapat diketahui yaitu:

- a. Mempermudah transaksi pembayaran
Dengan menggunakan metode pembayaran digital dapat mempermudah melakukan transaksi pembayaran.
- b. Mempercepat transaksi pembarayan

Menggunakan sistem pembayaran uang elektronik, seperti kartu kredit atau pembayaran digital sangat membantu mempercepat transaksi pembayaran.

- c. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Dengan memberikan diskon atau penawaran eksklusif pada saat menyelesaikan transaksi dapat memberikan tambahan agar konsumen tertarik dalam melakukan pembelian.

- d. Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran

Dapat memberikan terkait paduan dalam kebijakan privasi dalam menciptakan rasa aman bagi pengguna pada saat melakukan transaksi pembayaran.

- e. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran

Dengan menggunakan sistem pembayaran yang otomatis yang dapat memproses transaksi dengan cepat.

2.5. Perilaku Konsumen

2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, konsumen tidak selalu terus terang untuk menyatakan kebutuhan serta keinginannya, akan tetapi sering mereka bertindak dengan sebaliknya. Konsumen bahkan sangat sering berinteraksi untuk dapat mengubah pola pikir, dan konsumen pada menit-menit terakhir

akhirnya juga dapat memutuskan untuk melakukan pembelian (Setiyawati, 2020).

Berikut ini ialah beberapa pengertian tentang perilaku konsumen menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut James F. Engel *et al.* (1968), mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai tindakan individu dengan secara langsung terlibat kedalam sebuah usaha untuk memperoleh dan menggunakan barang dan jasa juga termasuk pengambilan keputusan.
- b. Davis L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1984), mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan serta aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi atau dapat mempergunakan barang dan jasa.
- c. Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf (1979), mendefinisikan bahwa perilaku konsumen ialah tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi.
- d. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai tindakan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa dalam proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.
- e. Schiffman dan Kanuk (2010), mendefinisikan bahwa perilaku konsumen sebagai perilaku yang dapat diperlihatkan kepada

konsumen dalam mencari, membeli dan menggunakan serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kenutuhan mereka.

Dari pengertian definisi diatas, maka dapat diasumsikan bahwa pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses perilaku konsumen merupakan tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh para konsumen, perorangan, kelompok, maupun organisasi dan menggunakan barang dan jasa serta melalui proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan.

2.5.2 Indikator Perilaku Konsumen

Menurut (Muflih, 2006). Terdapat tiga indikator perilaku konsumen yang dapat diketahui untuk menentukan indikator pada perilaku konsumen yaitu:

a. Produk Halal

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang telah memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat islam.

b. Hemat

hemat adalah sikap hati-hati dan teliti dalam mengatur dan membelanjakan uang atau harta

c. Memprioritaskan Kebutuhan

Maslahat yang bersifat primer, dimana kehidupan manusia sangat bergantung padanya, baik aspek diniyah (agama) maupun aspek duniawi.

2.5.3 Perilaku Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumen islam terdapat pada konsep masalah dimana perilaku konsumen berdasarkan atas kebutuhan dan prioritas. Perilaku konsumen muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Islam mengajarkan bagaimana perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang baik dalam Al-Quran maupun hadis. Konsumsi dalam islam memiliki batasan-batasan dan aturan pada setiap individu dalam pemenuhan kebutuhan hidup. Suatu kebutuhan konsumen akan memiliki nilai islami jika mengkonsumsi barang yang bermanfaat dan halal. Islam juga melarang untuk menghalalkan hal yang sudah haram dan diharamkan yang sebenarnya halal. Dalam Al-Quran Surah(Al-Maidah:87) yang berbunyi:

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihandalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas (Qs. Al-Maidah: 87).*

Arti ayat diatas menjelaskan bahwa disetiap manusia untuk selalu mengkonsumsi barang yang baik dan bermanfaat serta melarangkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan. Etika mengkonsumsi yang baik dalam kondisi wajar adalah secara sederhana.

Prinsip konsumsi menurut (Sakti, 2003). Bahwa ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi islam yang diisyaratkan dalam Al-Quran.

a. Hidup hemat dan tidak bermewahan

Kegiatan ekonomi hanyalah perantara untuk memenuhi kebutuhan manusia, bukan keinginan.

b. Implementasikan zakat, infaq, dan sedekah

Dapat menyisihkan sebagian hartanya untuk orang lain yang berhak mendapatkannya, yang membedakannya bahwa harta zakat diwajibkan untuk dikeluarkan. Pemberian dalam bentuk zakat, infaq dan sedekah merupakan suatu konsep dari subsistem sosial ekonomi islam yang diperuntukkan bagi kesejahteraan masyarakat.

c. Pelarangan riba

Riba menyebabkan tidak terwujudnya kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Ketika ummat islam melakukan mu'amalah, Allah SWT melarang perbuatan riba ketika melakukan transaksi.

d. Menjalankan usaha-usaha yang halal untuk dijalankan (Tari, 2021).

2.6. Theory of Reasoned Action (TRA)

Menurut Jogiyanto (2007), *Theory of Reasoned (TRA)* pertama kali dikenalkan oleh Martin Fishbein dan Azjen, (1975). Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*).

2.7. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut Ajzen (1991) TPB dikembangkan lagi dengan menambahkan konstruk yang belum ada di TRA.

2.8. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan pada tahun 1989 menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru (Chikita, 2022).

2.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait adalah upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk dapat mencari perbandingan agar menemukan karya ataupun ide-ide baru untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Dengan adanya penelitian terkait dapat membantu peneliti baru yang memiliki topik atau isu-isu yang akan diselidiki. Penelitian terkait bisa berupa karya ilmiah, tesis, disertasi dan skripsi dari berbagai sumber yang akurat berikut adalah penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Meutia (2020) metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM di

Kota Padang: Variabel yang digunakan pada penelitian ini dirancang berdasarkan variabel dan indikator terdapat pada model UTAUT dan penelitian-penelitian sebelumnya: *performance expectancy (PE)*, *effort expectancy (EE)*, *social influence (SI)*, dan *facilitating conditions (FC)*, *behavior intention (BI)*, *long time orientation (LTO)*, *power distance (PD)*, dan *behavioral intention (BI)*. Kuesioner penelitian ini terkait dari dua bagian data yaitu data demografi responden dan pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian. Item pertanyaan pada kuesioner terdiri dari 21 pertanyaan yang diukur dengan skala Likert yang menggunakan 5 opsi jawaban, mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Kuesioner disebarkan langsung dengan menemui para pelaku UMKM di Kota Padang bulan Oktober 2019. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan kepada objek yang berbeda yaitu kepada pelaku UMKM di Kota Padang. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Asidik (2020) metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskripsif, penelitian ini dilakukan di Kota Tarakan. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner yang berjumlah 96 responden. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan di Kota Tarakan. Sedangkan

penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Chikita (2022) metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dengan kuesioner yang disebar dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik di kota Banda Aceh. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan kepada masyarakat di Kota Banda Aceh. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Setiawan (2021) metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini *purposive sampling* proses pencarian data dari responden dilakukan dengan pengisian kuesioner yang disebar melalui media online di Kota Semarang. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan di Kota Semarang. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Setiyawati (2020) metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengambilan *sampel* dilakukan *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa UIN Walisongo yang menggunakan uang elektronik OVO dengan sampel sebanyak

100 mahasiswa. Pengujian dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 21.0. Perbedaannya adalah penelitian ini dilakukan pada mahasiswa UIN walisongo yang menggunakan uang elektronik. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil
1.	Reno Fithri Meutia, Rangga Putra Ananto dan Zalida Afni (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang.	Analisis Regresi linear Berganda dengan Menggunakan SPSS	Variabel <i>performance expectancy</i> , <i>effort expectancy</i> , <i>social influence</i> dan <i>power distance</i> berpengaruh signifikan terhadap variabel <i>behavior intention</i> sedangkan variabel <i>facilitating condition</i> dan <i>long time orientation</i> merupakan variabel yang paling lemah pengaruhnya terhadap variabel <i>behavior intention</i> . Variabel <i>social influence</i> merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap minat pelaku UMKM untuk

			menggunakan uang elektronik dalam transaksi sedangkan variabel lain berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM untuk menggunakan uang elektronik.
2.	Muhammad Syam Asidik (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Tarakan.	Analisis Regresi linear Berganda dengan Menggunakan SPSS	Dari hasil penelitian bahwa hasil uji-t menunjukkan bahwa pendapatan, kemudahan, penggunaan, manfaat, promosi dan kepercayaan secara persial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada masyarakat Kota Tarakan.
3.	Otrie Yolanda Chikita (2022). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan <i>E-Money</i> Dengan Analisis tAM Di Kota Banda Aceh	Analisis Regresi linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> di kota Banda Aceh, persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-</i>

			money di ota Banda Aceh, persepsi kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-money</i> di kota Banda Aceh.
4.	Cristina Setiawan (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Kota Semarang	Analisis Regresi linear Berganda	Berdasarkan hasil penelitian variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan uang elektronik di kota Semarang variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan uang elektronik di kota Semarang, variabel kesesuaian harga berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan uang elektronik di kota Semarang, variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan uang elektronik di kota Semarang.
5.	Diyah Setiyawati (2020). Pengaruh persepsi perilaku konsumen islam,	Penelitian kuantitatif pada hakikatnya pada	Penelitian ini bertujuan untuk

	kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat menggunakan uang elektronik OVO (Studi pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang).	analisis data-data (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistic.	mengetahui pengaruh persepsi perilaku konsumen islam, persepi kemudahan, dan persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan uang elektronik OVO pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang.
--	---	---	---

2.10 Keterkaitan Antar Variabel

2.10.1. Pengaruh Variabel Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Menurut James F. Angel berpendapat bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai sebuah tindakan secara individu yang secara langsung terlibat dalam usaha untuk dapat memperoleh dan juga menggunakan barang dan jasa termasuk pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Handy Noviyarto Consumer Behaviour/ perilaku konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang dimaksud berpengaruh positif adalah adanya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian (Setiyawati, 2020).

2.10.2. Pengaruh Variabel Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

Berdasarkan penelitian yang dikemukakan oleh Adityawarman (2014), dapat menunjukkan bahwa nilai positif yang diperoleh dari

variabel tersebut. Hal ini karena pengguna tidak perlu lagi membawa uang secara tunai untuk melakukan transaksi dan penjual serta pembeli tidak perlu lagi khawatir jika terdapat kesulitan dalam menemukan perubahan. Hal ini didukung dengan teori Davis (1989) bahwa persepsi kenyamanan sedemikian rupa orang dapat percaya bahwa alat tersebut mudah untuk digunakan. Alat yang menggantikan peran mata uang membebaskan pengguna dari masalah.

2.10.3. Pengaruh Variabel Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik

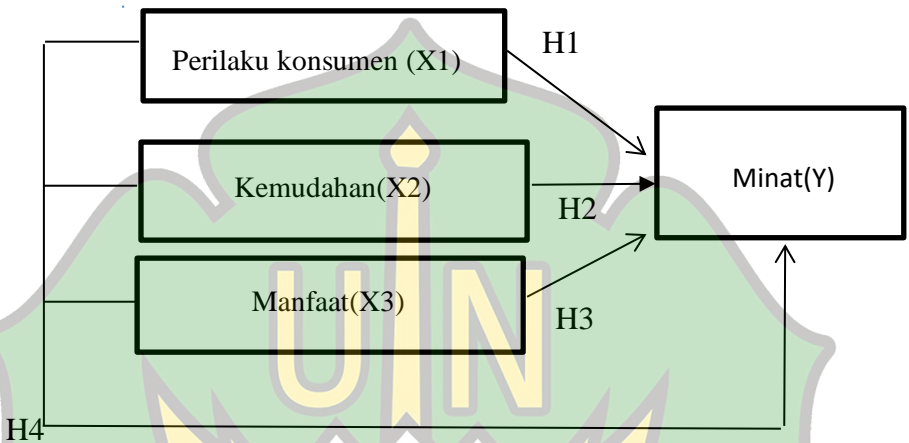
Efek positif yang sangat perlu diambil oleh para pengguna khususnya pada mahasiswa, siswa perlu khawatir dengan adanya uang palsu yang beredar. Pengguna masih memiliki pandangan negatif terhadap uang. Hal ini dikarenakan masih kurangnya informasi mengenai produk uang elektronik, dan adanya kekhawatiran bahwa jaringan juga masih sangat terbatas (Chikita, 2022).

2.11 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2019), kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Didalam kerangka berfikir, variabel-variabel penelitian dijelaskan dengan lebih mendalam dan juga relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dengan demikian, kerangka berfikir tersebut dapat dijadikan sebagai dasar untuk menjawab masalah.

Kerangka berfikir dapat disajikan dengan bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti dan keterkaitan antar variabel (Syahfitri, 2023).

Gambar 1.3
Kerangka Pemikiran



Sumber :Data Diolah, 2024

Penelitian ini mencoba untuk dapat menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik. Berdasarkan latar belakang diatas, landasan teori dan penelitian terdahulu maka kerangka konseptual seperti gambar di atas.

2.12 Hipotesis Statistik

Hipotesis merupakan sebuah jawaban dari suatu permasalahan dalam penelitian yang dimana nantinya akan dibuktikan dari data empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian yang dilakukan saat ini, peneliti mencoba menjelaskan sedikit rumusan hipotesis seperti yang dibawah ini, sebagai berikut adalah:

H_o^1 = Perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_a^1 = Perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_o^2 = Kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_a^2 = Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_o^3 = Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_a^3 = Manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_o^4 = Perilaku Konsumen, Kemudahan dan Manfaat tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

H_a4 = Perilaku Konsumen, Kemudahan dan Manfaat berpengaruh secara simultan tidak signifikan terhadap minat penggunaan

uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) Penelitian dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisisnya pada data-data angka (*numerical*) yang akan diolah dengan metode statistik. Penelitian pada kuantitatif adalah penelitian yang bekerja sama dengan angka, yang datanya akan berwujud bilangan (skor atau nilai, perangkat, atau frekuensi), dan yang akan dianalisis dengan menggunakan statistik untuk dapat melakukan prediksi terhadap suatu variabel yang lain (Ulva, 2020).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat untuk peneliti melakukan sebuah penelitian dalam menangkap peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka untuk mendapatkan data-data penelitian yang akurat. Penulis melakukan penelitian ini Di Kecamatan Bakongan Timur, Kabupaten Aceh Selatan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilakukan kurang lebih selama satu bulan pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah “UMKM” Kabupaten Aceh Selatan. Dimana dalam jangka waktu satu bulan

peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pada tanggal 02 mei 2024-17 mei 2024

3.3. Data dan Teknik Pemerolehannya

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer Menurut Sugiyono (2016:137) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini data primer diperoleh langsung dari responden dengan cara memberikan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Menurut Sugiyono (2016) kuesioner merupakan sebuah teknik untuk pengumpulan data yang akan dilaksanakan dengan memberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan untuk dapat dijawab oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini difokuskan kepada seluruh pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur yang menggunakan uang elektronik dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan tingkat pengetahuan dan kepuasan terhadap minat menggunakan uang elektronik.

3.4. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010), populasi yaitu generalisasi yang terdiri dari obyek ataupun subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya, jadi populasi bukan hanya orang. Tetapi juga obyek dan benda-benda yang lainnya. Populasi perolehan ini merupakan seluruh masyarakat yang ada di Kecamatan Bakongan Timur dengan signifikasinya 10%.

Menurut Notoatmodjo (2005), sampel yaitu sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang akan diteliti dan dianggap telah mewakili seluruh populasi. Peneliti menggunakan rumus *Roscoe* untuk mencari sampel masyarakat di Kecamatan Bakongan Timur. Teori *Roscoe* ini menyatakan apabila dalam penelitian yang akan melakukan analisis dengan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti, metode perumusannya sebagai berikut:

- 1). Ukuran sampel yang dianggap memenuhi kelayakan dalam sebuah penelitian adalah antara 30 hingga 500 sampel.
- 2). Apabila sampel dibagi menjadi beberapa kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3). Apabila metode analisis yang digunakan dalam penelitian merupakan *multivariate* seperti regresi berganda maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari variabel (dependen + independen) yang akan diteliti. Maka perhitungan anggota sampel dalam penelitian ini sebagai berikut: $4 \times 10 = 40$.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *simple random sampling* untuk dapat mencari sampel seperti pencarian data diatas. Teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi.

3.4.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas menurut

Sugiyono (2020:80). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat santri menggunakan uang elektronik.

3.4.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif menurut Sugiyono (2019:69). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen muslim (X_1), kemudahan (X_2) dan manfaat (X_3).

Tabel 3.1
Definisi dan Operasionalisasi Variabel

No.	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Minat Menggunakan Uang Elektronik (Y) Minat adalah suatu keinginan seseorang untuk dapat melakukan perilaku tertentu (Hendratmoko, 2020).	Promosi Tertarik Manfaat	Skala Likert 1-5
2.	Perilaku konsumen Muslim (X_1) Perilaku konsumen muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. (Setiyawati, 2020).	Produk halal Bersikap hemat Memprioritaskan kebutuhan	Skala Likert 1-5
3.	Kemudahan (X_2) kemudahan ialah sebagaimana seseorang mempercayai bahwa menggunakan suatu	Mudah dipahami Mudah dibawa Mudah digunakan	Skala Likert 1-5

	teknologi itu mudah. Kemudahan ini berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan suatu sistem (Artini, 2019).		
	Manfaat (X_3) persepsi kemanfaatan sebagaimana seseorang yakin dan percaya dalam menggunakan <i>e-money</i> akan meningkatkan kinerja (Inayah, 2020).	Mempermudah transaksi pembayaran Mempercepat transaksi Memberikan Keuntungan Memberikan rasa aman Meningkatkan efisiensi	Skala Likert 1-5

Sumber: data diolah, 2024

3.5 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2019) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai bahan acuan untuk dapat menentukan panjang dan pendeknya likert yang ada didalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. AR - R A N I R Y

Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang bagaimana fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawabannya diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif) yang dapat berupa kata-kata “sangat

setuju”, “setuju”, “kurang setuju”, “tidak setuju”, dan “sangat setuju”.

Untuk keperluan analisis, maka jawaban ini dapat diberi skor seperti yang telah tertera dibawah ini:

Tabel 3.2
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Kode	Skor
Sangat Setuju	ST	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:165)

Tabel 3.3
Interpretasi Skor Min

Skor Min	Interpretasi Skor Min
1.00-1.50	Sangat Rendah
1.51-2.50	Rendah
2.51-3.50	Sederhana
3.51-4.00	Tinggi

Sumber: (Mohd Asri Harun et.al., 2016)

Interpretasi skor min digunakan yaitu bagi skor 1, skor min adalah pada tahap 1.00-1.50 yaitu pada tahap sangat rendah, skor 2 pada tahap 1.51-2.50 yaitu pada tahap rendah, skor 3 pada tahap 2.51-3.50 yaitu pada tahap sederhana, skor 4 pada tahap 3.51-4.00 yaitu pada tahap tinggi.

3. 6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2016:45) uji validitas digunakan untuk dapat mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dilakukan dengan satu kali pengukuran dengan menggunakan metode alpha, apabila nilai signifikan dibawah nilai alpha yang dipersyaratkan maka instrument pernyataan tersebut valid. Untuk melakukan pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*), dengan terlebih dahulu untuk menentukan nilai r_{table} berdasarkan nilai df (*degree of freedom*) serta tingkat signifikan sebesar 5%. Setelah itu akan dicari nilai r_{hitung} , nilai r_{hitung} diperoleh dari rumusan korelasi yang dihasilkan dari SPSS versi 22 pada kolom *corrected item-total correlation*. Data akan dinyatakan valid apabila (1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel} \alpha = 5\%$, maka kuesioner valid. (2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel} \alpha = 5\%$, maka kuesioner tidak valid (Muffaidah, 2020).

3.6.2 Uji Reabilitas

Menurut (Suharsimi, 1998) dalam buku (Abubakar, 2021) Reliabilitas adalah kemampuan suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut telah baik. Instrumen yang baik mampu menghindari sifat tendensius yang mungkin mempengaruhi

responden untuk memilih jawaban tertentu. Instrumen yang dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang konsisten, sehingga data tersebut benar-benar sesuai dengan kenyataan, bahkan jika pengukuran dilakukan berulang kali. Dengan demikian, reliabilitas menunjukkan tingkat keandalan suatu instrumen, yang berarti instrumen tersebut dapat dipercaya dan diandalkan.

Untuk menguji reliabilitas, peneliti menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60. Semakin tinggi nilai α , maka semakin tinggi pula reliabilitasnya. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's alpha $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's alpha $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.7. Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Sedangkan Sufren dan Natanael (2013) mendefinisikan uji normalitas sebagai suatu usaha untuk menentukan apakah data yang kita miliki memiliki kurva normal atau tidak normal. Data yang berdistribusi normal yaitu memiliki kurva yang normal. Dengan menggunakan Uji Normal Probability Plot (P-

P Plot) dimana data yang mendekati garis lurus dikatakan normal sedangkan yang menjauh dari garis lurus dikatakan tidak normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2017:71) uji multikolinearitas digunakan untuk dapat mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, dan juga dapat melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Dapat dikatakan variabel independen tidak terjadi multikolinearitas adalah ketika nilai *Variance Inflation Faktor*. $VIF < 10$ dan *tolerance* $> 0,1$ (Bariroh, 2021).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu kondisi dimana semua residual atau error mempunyai varian yang tidak konstan atau berubah-ubah. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode Analisis Grafik. Metode analisis grafik dilakukan dengan mengamati scatterplot di mana sumbu horizontal menggambarkan Predicted Standardized sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai Residual Studentize.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Regression Studentized Residual maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- 2) Jika plot membentuk pola tertentu maka terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Metode analisis yang digunakan untuk dapat menguji hipotesis adalah regresi berganda (multiple regression), yaitu regresi yang digunakan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021:145). Jadi analisis ini bertujuan untuk dapat mengukur pengaruh dari variabel bebas: Perilaku Konsumen Muslim (X1), Kemudahan (X2), dan Manfaat (X3), terhadap variabel terikat yaitu Minat Terhadap Menggunakan Uang Elektronik (Y) yang dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana

Y = Independensi

A = Konstanta

B = Koefisien regresi

X1 = Perilaku Konsumen Muslim

X2 = Kemudahan

X3 = Manfaat

E = Standart error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2018:152) mengatakan bahwa uji t dapat digunakan untuk dapat mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel (X1, X2, dan X3) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Apabila nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis akan diterima jika taraf signifikan ($\alpha < 0,05$) dan hipotesis ditolak jika taraf signifikannya ($\alpha > 0,05$).

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji f dapat digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti seluruh variabel independen secara bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% atau dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Variabel independen secara bersama mempengaruhi variabel dependen, jika nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%) (Ghozali, 2021:148).

3.9.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2021:147).



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Kecamatan Bakongan Timur

Kabupaten Aceh Selatan adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia. Sebelum berdiri sendiri sebagai kabupaten otonom, wilayah kabupaten Aceh selatan adalah bagian dari kabupaten Aceh Barat. Pembentukan Kabupaten Aceh Selatan ditandai dengan disahkannya Undang-undang Darurat Nomor 7 tahun 1956. Aceh Selatan sebagai salah satu Kabupaten di Provinsi Aceh. Letaknya berbatasan dengan kabupaten Aceh Tenggara di sebelah utara Kabupaten Aceh Barat Daya di sebelah Barat, sedangkan di sebelah selatan berbatasan dengan Samudra India dan di sebelah timur berbatasan dengan Kota Subulussalam dan Kabupaten Aceh Singkil. Letak Astronominya antara 20 dan 40 Lintang Utara dan antara 960 dan 980 Bujur Timur. Luas Wilayah Aceh Selatan sebesar 6,91% dari total luas daratan Provinsi Aceh.

Meningkatnya uang elektronik yang dilakukan salah satunya untuk memenuhi kebutuhan hidup, selain dilihat dari kemudahan dan manfaat, pengguna juga harus melakukan transaksi yang sesuai dengan syariah islam. Karena konsumen tidak hanya sekedar untuk memnuhi kebutuhan jasmani saja melainkan juga untuk kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumen senantiasa memperhatikan syariat islam. Begitupun dengan pelaku UMKM muslim di kecamatan bakongan timur, selain menjadi pelaku

UMKM muslim mereka juga aktif dalam menggunakan sarana uang elektronik.

Adapun daerah peneliti ambil untuk penelitian yaitu Kecamatan Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan, Bakongan Timur merupakan salah satu Kecamatan di Wilayah Kabupaten Aceh Selatan, dengan luas Wilayah 12,809 km². Secara geografis dan administrasi Kecamatan Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan yang berbatasan dengan Kecamatan Kota Bahagia di sebelah Utara dan Samudra Hindia di sebelah Selatan. Sementara disebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bakongan dan di sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Trumon Tengah, Letak astronominya antara 2 °-4 ° Lintang Utara dan antara 90 °-96 ° Bujur Timur. Dengan luas wilayah Kecamatan Bakongan Timur 73,81 km². Bakongan Timur terdapat tujuh Gampong yang dapat kita lihat pada tabel sebagai berikut:

Gambar 4.1
Peta Kec. Bakongan Timur



Sumber: Google maps, 2024

Berdasarkan gambar diatas dapat kita lihat, Bakongan Timur merupakan sebuah Kecamatan di Kabupaten Aceh Selatan, kecamatan Bakongan Timur terdiri dari 7 gampong.

Tabel 4.1
Nama Gampong di Kecamatan Bakongan Timur

Kecamatan	Gampong
Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan	1.Ujong Pulo Cut 2. Ujong Pulo Rayeuk 3. Pasi Seubadeh 4. Ladang Rimba 5. Sawah Tingkeum 6. Simpang 7. Seulekat

Sumber: Aceh Selatan dalam rangka 2020

4.2 Karakteristik Responden

Jumlah minimal sampel 40, namun saat penelitian didapatkan sebanyak 100 responden.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka jenis kelamin pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu laki-laki dan perempuan. Pengelompokkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	46	46%
Perempuan	54	54%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.2 diketahui bahwa jenis kelamin dari 100 responden di kecamatan Bakongan Timur didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 46 orang atau 46% sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan 54 orang atau 54%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka usia responden pada penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu < 20 tahun, 22-27 tahun dan > 36 tahun. Pengelompokan usia ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Persentase
< 20 tahun	15	15%
22-27 tahun	52	52%
28-35 tahun	2	2%
>36 tahun	31	31%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.3 diatas diketahui bahwa usia responden dari 100 responden di kecamatan Bakongan Timur didominasi oleh responden dengan usia <20 tahun yaitu 15 responden atau 15%, kemudian responden dengan usia 22-27 tahun sebanyak 52 responden atau 52%, responden 28-35 hanya 2 orang atau 2% dan untuk usia >36 tahun terdapat 31 responden atau 31% yang ikut dalam penelitian ini.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di kelompokkan menjadi lima

bagian yaitu Kios Pulsa, Kuliner, Fashion, Toko Kelontong dan lainnya. Pengelompokan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usaha

Usaha	Jumlah Responden	Persentase
Kios Pulsa	27	27%
Kuliner	18	18%
Fashion	10	10%
Toko kelontong	21	21%
Lainnya	24	24%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa usaha dari 100 responden paling banyak adalah kios pulsa dengan jumlah 27 responden atau 27%, lainnya sebanyak 24 responden atau 24%, toko kelontong sebanyak 21 responden atau 21%, kuliner sebanyak 18 responden atau 18% dan fashion sebanyak 10 responden atau 10%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan pendapatan dikelompokkan menjadi empat bagian yaitu < Rp. 1.000.000, Rp.1. 0000.000-Rp. 5.000.000, Rp.5.000.000- Rp. 10.000.000, dan >Rp. 11.000.000. Pengelompokan ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
< Rp. 1.000.000	31	31%
Rp. 1.000.000- Rp.5.000.000	42	42%
Rp. 5.000.000- Rp.10.000.000	25	25%
>Rp. 11.000.000	2%	2%
Total	100%	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa pendapatan responden paling banyak berpendapatan Rp.1.000.000- Rp.5.000.000 dengan 42 responden atau 42%, kemudian >Rp.1.000.000 dengan 31 responden atau 31%, Rp.5.000.000-Rp.10.000.000 dengan 25 responden atau 25% dan pendapatan < Rp. 11.000.000 dengan 2 responden atau 2%.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Transaksi Perhari

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan besaran transaksi perhari di kelompokkan menjadi empat bagian yaitu < Rp.100.000, Rp.110.000- Rp.500.000, Rp.510.000- Rp 1.000.000, dan > Rp. 1.000.000. Pengelompokan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Perhari

Pengeluaran	Jumlah Responden	Persentase
< Rp. 100.000	33	33%
Rp.110.000- Rp.500.000	28	28%
Rp.510.000- Rp.1.000.000	23	23%
>Rp.1.000.000	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.6 diatas menunjukkan paling banyak responden yang memiliki pengeluaran dibawah Rp.100.000 sebanyak 33 responden atau 33%, diikuti penegluaran Rp.110.000-Rp.500.000 sebanyak 28 responden atau 28%, Rp.510.000-Rp.1.000.000 sebanyak 16 responden atau 16%.

4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform Uang Elektronik yang Digunakan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka karakteristik responden berdasarkan platform uang elektronik digunakan perhari dapat dikelompokkan menjadi lima bagian yaitu *Gopay, Dana, ShopeePay, OVO* dan lainnya. Pengelompokkan ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Karakteristik Berdasarkan Platform yang Digunakan

Platform uang elektronik yang digunakan	Jumlah Responden	Persentase
<i>Gopay</i>	30	30%
<i>Dana</i>	20	20%
<i>Shopeepay</i>	15	15%
<i>OVO</i>	25	25%
<i>Lainnya</i>	10	10%
Total	100	100

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.7 menunjukkan platform yang paling banyak digunakan adalah *Gopay* dengan 30 responden atau 30%, kemudian *OVO* dengan 25 responden atau 25%, *Dana* dengan 20 responden atau 20%, diikuti dengan *Shopeepay* dengan 15 responden atau 15%, dan lainnya dengan 10 responden atau 10%.

4.3 Statstistik Deskriptif

Deskriptif data bertujuan memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian. Adapun fungsi dan deskripsi data adalah untuk mengetahui nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi dan jumlah data yang digunakan. Pada tabel 4.8 menunjukkan nilai statistic deskripsi dari masing-masing variabel.

Tabel 4.8
Statistik Deskriptif

	N	Min.	Maks.	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumen (X1)	100	9	15	13.52	1.527
Kemudahan (X2)	100	10	15	13.36	1.649
Manfaat (X3)	100	14	25	22.27	2.597
Minat (Y)	100	8	15	13.54	1.642
Valid N (Listwise)	100				

Sumber: Data diolah, 2024

Pada tabel 4.8 di atas menjelaskan mengenai variabel perilaku konsumen, kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur, maka dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Pada variabel perilaku konsumen nilai minimum sebesar 9, nilai maksimum sebesar 15; nilai rata-rata sebesar 13.52 dan nilai standar deviasi sebesar 1.527. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang cukup baik. Hal tersebut dikarenakan standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.
2. Pada variabel kemudahan nilai minimum sebesar 10, nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata sebesar 13.36 dan nilai

standar deviasi sebesar 1.649. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang cukup baik. Hal tersebut dikarenakan standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

3. Pada variabel manfaat nilai minimum sebesar 14, nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata sebesar 22.27 dan nilai standar deviasi sebesar 2.597. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang cukup baik. Hal tersebut dikarenakan standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.
4. Pada variabel minat nilai minimum sebesar 8, nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata sebesar 13.54 dan nilai standar deviasi sebesar 1.642. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang cukup baik. Hal tersebut dikarenakan standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang sangat tinggi, sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang normal dan tidak menyebabkan bias.

4.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.4.1 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumen

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel perilaku konsumen dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4.9
Hasil pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Perilaku Konsumen

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Saya senang menggunakan produk halal pada uang elektronik karena telah sesuai dengan prinsip syariat islam.		1	1	15	83	100	1,68
2	Dengan menggunakan uang transaksi uang elektronik dapat mengatur pengeluaran menjadi hemat.	1	1	6	32	60	100	2,46
3	Saya senang menggunakan uang elektronik sesuai dengan prioritas kebutuhan.	0	0	27	23	50	100	2,15
Rata-rata								2,21

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel menunjukkan bahwa jawaban dari responden terhadap indikator variabel penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Secara keseluruhan jawaban responden beragam macam, ada yang menjawab sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Dari keseluruhan jawaban responden paling banyak adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai rata-rata yaitu 2,21.

1. Pada pertanyaan 1 “Saya senang menggunakan produk halal pada uang elektronik karena telah sesuai dengan prinsip syariat islam”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 83 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 15 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 1 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 1 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
2. Pada pertanyaan 2 “Dengan menggunakan uang transaksi uang elektronik dapat mengatur pengeluaran menjadi hemat”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 60 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 32 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 6 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 1 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 1 responden.
3. Pada pertanyaan 3 “Saya senang menggunakan uang elektronik sesuai dengan prioritas kebutuhan”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 50 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 23 responden, selanjutnya

yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 27 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.

4.4.2 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel perilaku konsumen dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini.

Tabel 4.10
Hasil pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Kemudahan

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Uang elektronik mudah digunakan dalam bertransaksi.	0	0	16	25	59	100	2,37
2	Transaksi uang elektronik dengan interaksi yang jelas dan mudah dipahami.	0	0	13	34	53	100	2,67
3	Penggunaan uang elektronik mudah untuk di bawa.	0	0	9	29	62	100	2,39
Rata-rata								2,47

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel menunjukkan bahwa jawaban dari responden terhadap indikator variabel penelitian yang berkaitan dengan kemudahan.

Secara keseluruhan jawaban responden beragam macam, ada yang menjawab sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Dari keseluruhan jawaban responden paling banyak adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai rata-rata yaitu 2,47.

1. Pada pertanyaan 1 “Uang elektronik mudah digunakan dalam bertransaksi”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 59 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 25 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 16 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
2. Pada pertanyaan 2 “Transaksi uang elektronik dengan interaksi yang jelas dan mudah dipahami”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 53 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 34 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 13 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
3. Pada pertanyaan 3 “Penggunaan uang elektronik mudah untuk di bawa”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 62 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 29 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 9 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.

4.4.3 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel perilaku konsumen dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini.

Tabel 4.11
Hasil pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel
Manfaat

N O	Pernyataan	Frekuensi					Tot al	Me an
		1	2	3	4	5		
1	Transaksi uang elektronik membuat aktivitas menjadi lebih mudah dalam melakukan pembayaran.	0	0	11	29	60	100	2,4 3
2	Melakukan transaksi uang elektronik membuat aktivitas menjadi lebih cepat dan mudah.	0	0	10	35	55	100	2,2 2
3	Dengan menggunakan uang elektronik dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.	0	1	11	32	56	100	2,5 6

4	Transaksi menggunakan uang elektronik lebih aman dari pada uang tunai.	0	1	8	36	55	100	2,66
5	Dengan menggunakan uang elektronik menjadi lebih efisien.	0	0	12	30	58	100	2,49
Rata-rata								2,47

Sumber: Data diolah

Tabel menunjukkan bahwa jawaban dari responden terhadap indikator variabel penelitian yang berkaitan dengan manfaat. Secara keseluruhan jawaban responden beragam macam, ada yang menjawab sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Dari keseluruhan jawaban responden paling banyak adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai rata-rata yaitu 2,47.

1. Pada pertanyaan 1 “Transaksi uang elektronik membuat aktivitas menjadi lebih mudah dalam melakukan pembayaran”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 60 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 29 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 11 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.

2. Pada pertanyaan 2 “Melakukan transaksi uang elektronik membuat aktivitas menjadi lebih cepat dan mudah”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 12 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 35 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 10 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
3. Pada pertanyaan 3 “Dengan menggunakan uang elektronik dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 56 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 32 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 11 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 1 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
4. Pada pertanyaan 4 “Transaksi menggunakan uang elektronik lebih aman dari pada uang tunai”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 55 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 36 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 8 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 1 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
5. Pada pertanyaan 5 “Dengan menggunakan uang elektronik menjadi lebih efisien”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 58 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 30 responden, selanjutnya yang menjawab

Kurang Setuju (KS) sebanyak 12 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.

4.4.4 Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat

Hasil Pengujian deskriptif tanggapan responden terhadap variabel perilaku konsumen dapat dilihat pada tabel 4.12 dibawah ini.

Tabel 4.12
Hasil pengujian Tanggapan Responden Pada Variabel Minat

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Uang elektronik memberikan promosi berupa bonus dan Cashback pada konsumen.	0	1	10	30	59	100	2,46
2	Dengan adanya kemudahan pada uang elektronik saya tertarik menggunakannya.	0	0	8	27	65	100	2,29
3	Dengan adanya manfaat uang elektronik saya berniat untuk	0	0	4	41	55	100	2,77

menggunakan nya.							
Rata-rata							2,50

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel menunjukkan bahwa jawaban dari responden terhadap indikator variabel penelitian yang berkaitan dengan minat. Secara keseluruhan jawaban responden beragam macam, ada yang menjawab sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Dari keseluruhan jawaban responden paling banyak adalah Sangat Setuju (SS) dengan nilai rata-rata yaitu 2,50.

1. Pada pertanyaan 1 “Uang elektronik memberikan promosi berupa bonus dan Cashback pada konsumen”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 59 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 30 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 10 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 1 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
2. Pada pertanyaan 2 “Dengan adanya kemudahan pada uang elektronik saya tertarik menggunakannya”. Responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 65 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 27 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 8 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.
3. Pada pertanyaan 3 “Dengan adanya manfaat uang elektronik saya berniat untuk menggunakannya”. Responden yang

memilih jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 55 responden, diikuti jawaban Setuju (S) sebanyak 41 responden, selanjutnya yang menjawab Kurang Setuju (KS) sebanyak 4 responden, yang menjawab Tidak Setuju (TS) 0 responden, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) 0 responden.

4.5 Hasil Instrumen Penelitian

Uji keabsahan data digunakan untuk dapat menguji apakah kuesioner yang digunakan pada penelitian valid dan reliabel untuk mengumpulkan data. Adapun uji keabsahan data pada penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas.

4.5.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat dikuesioner mampu untuk menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur. Pada uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut tidak valid. Nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)= n dimana n adalah jumlah responden. Maka df= 100 responden dengan taraf signifikan 0,05 sehingga r_{tabel} adalah 0,194. Uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Perilaku Konsumen (X1)	X1.1	0,489	0,194	Valid
	X1.2	0,830	0,194	Valid
	X1.3	0,785	0,194	Valid
Kemudahan (X2)	X2.1	0,742	0,194	Valid
	X2.2	0,816	0,194	Valid
	X2.3	0,772	0,194	Valid
Manfaat(X3)	X3.1	0,716	0,194	Valid
	X3.2	0,745	0,194	Valid
	X3.3	0,707	0,194	Valid
	X3.4	0,769	0,194	Valid
	X3.5	0,751	0,194	Valid
Minat (Y)	X4.1	0,854	0,194	Valid
	X4.2	0,791	0,194	Valid
	X4.3	0,847	0,194	Valid

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan valid karena r_{hitung} memiliki nilai positif dan lebih besar dari pada r_{tabel} .

4.5.2 Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui suatu keakuratan dalam mengukur variabel penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil uji reliabilitas tersebut dapat dilihat pada tabel 4.14

Tabel 4.14
Hasil Uji Reabilitas

Indikator	Minimal Cronch's	Cronch's Alpha	Ket
Perilaku Konsumen (X1)	0,60	0,614	Reliabel
Kemudahan (X2)	0,60	0,667	Reliabel
Manfaat (X3)	0,60	0,790	Reliabel
Minat (Y)	0,60	0,767	Reliabel

Sumber: data diolah, 2024

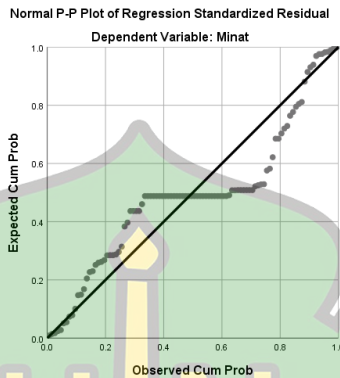
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel perilaku konsumen, kemudahan, manfaat dan minat dinyatakan reliabel.

4.6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi dan berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini akan digunakan uji *Normal Probability Plot* (P-P Plot). Hasil Uji normalitas dapat dilihat pada gambar 4.2.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-lot
UJI NORMALITAS (P-Plot)



Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa garis diagonal dalam grafik ini menggambarkan keadaan ideal dari data yang mengikuti distribusi normal. Karena titik-titik di sekitar garis adalah keadaan data yang diuji, dimana kebanyakan titik-titik berada sangat dekat dengan garis atau bahkan menempel pada garis, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh mengikuti distribusi normal atau data berdistribusi normal.

4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk dapat menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Pada uji multikolinearitas ini peneliti melihat *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) dari tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji multikolinearitas dengan menggunakan metode $\text{tolerance} > 0,1$ maka data yang diuji bebas dari multikolinearitas, namun apabila nilai VIF

>10 dan nilai tolerance < 0,1 maka data yang diuji terdapat multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

	Model	Collinearity	statistics
		Tolerance	VIF
1	Constant		
	Perilaku Konsumen (X1)	0.411	2.431
	Kemudahan (X2)	0.539	1.856
	Manfaat (X3)	0.317	3.153
a. Dependent Variabel: Minat Y			

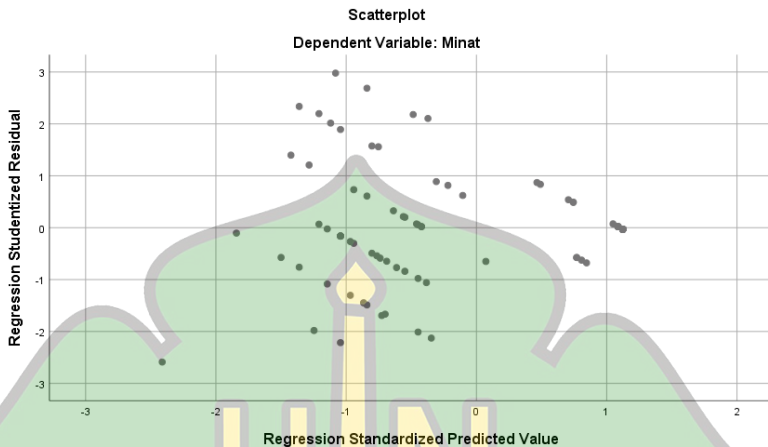
Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan *output coefficients* pada tabel di atas, dapat dilihat pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk komunitas online, interaksi, aksesibilitas dan kredibilitas < 10 dan nilai Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan dalam variasi atau residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Untuk model penelitian yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan di atas hasil regresi antara variabel independen dengan absolut residualnya menunjukkan bahwa koefisien dari masing-masing variabel independen tidak ada yang signifikan (taraf signifikansi $> 0,05$). Sehingga tidak menjadi masalah heteroskedastisitas. heteroskedastisitas antar variabel independent dalam model regresi. Maka hasil di atas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik *scatterplot*, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan.

4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda yang terdapat dalam Tabel 4.16

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std.Error
1	Constant	0,668	0,967
	Perilaku Konsumen (X1)	0,504	0,101
	Kemudahan (X2)	0,370	0,082
	Manfaat (X3)	0,068	0,068
Dependent Variabel: Minat (Y)			

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas yang diperoleh dari hasil analisis data dengan menggunakan **IMB SPSS** Statistic maka diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$668+0,504X1+0,370X2+0,050X3$$

1. Nilai Konstanta yang didapat sebesar 668, maka memiliki arti bahwa apabila variable Perilaku konsumen, Kemudahan, dan Manfaat nilai konstantanya diasumsikan bernilai 0 maka nilai Minat adalah 668.
2. Nilai Koefesien Regresi variabel Perilaku Konsumen bernilai positif sebesar 0,504 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Perilaku Konsumen akan menyebabkan kenaikan pada Minat sebesar 0,504.
3. Nilai Koefesien Regresi variabel Kemudahan bernilai positif sebesar 0,370 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan

1% Variabel Kemudahan akan menyebabkan kenaikan pada Minat sebesar 0,370.

4. Nilai Koefisien Regresi variabel Manfaat bernilai positif sebesar 0,050 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Manfaat akan menyebabkan kenaikan pada Minat sebesar 0,050.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji-t) bertujuan untuk dapat mengetahui variabel independen secara parsial atau secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji-t dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dan dapat dikatakan bahwa uji-t menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Model	T	Sig.
Constant	.691	.492
Perilaku Konsumen (X1)	4.992	.000
Kemudahan (X2)	4.520	.000
Manfaat (X3)	.741	.460

Dependent Variabel: Minat Y

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 dapat berikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Perilaku Konsumen (X1) diperoleh nilai t_{hitung} 4.992 dan nilai t_{tabel} yaitu 1.984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 tidak terima dan H_a diterima yang berarti perilaku konsumen (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y).
2. Variabel Kemudahan (X2) diperoleh nilai t_{hitung} 4.520 dan nilai t_{tabel} yaitu 1.984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 tidak terima dan H_a diterima yang berarti kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y)..
3. Variabel Manfaat (X3) diperoleh nilai t_{hitung} 0.741 dan nilai t_{tabel} yaitu 1.984 yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikan $0,460 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti manfaat (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat (Y).

4.8.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Berikut adalah hasil uji F yang terdapat dalam Tabel 4.19.

Tabel 4.18
Uji-F

ANOVA						
1	Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig
	Regression	173.819	3	57.940	59.795	.000 ⁰
	Residual	93.021	96	.996		
	Total	226.840	99			
Dependent Variabel Minat Y Predictors: (Constans),Manfaat,Kemudahan,Perilaku Konsumen						

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F model pertama pada gambar diatas , maka nilai F sebesar 59.795 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 3,10 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$ maka secara simultan variabel Perilaku Konsumen (X1), Kemudahan (X2) dan Manfaat (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat (Y).

4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengukur kemampuan dalam menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji detrminasi yang terdapat dalam tabel 4.20.

Tabel 4.19
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.641	.98436
Predictors: Constant, Manfaat (X3), Kemudahan (X2) dan Perilaku Konsumen (X1) Dependent Variabel Minat (Y)				

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R²) sebesar 0,641, maka memiliki arti bahwa variabel perilaku konsumen (X1), kemudahan (X2) dan manfaat (X3) memberikan pengaruh secara bersama –sama sebesar 64,1% terhadap variabel minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur dan sisanya 35,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

4.9 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah dilakukannya penelitian menggunakan kuesioner dengan pendekatan kuantitatif pada minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur kepada 100 responden. Beberapa pengujian yang meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedesitas, analisis regresi linear berganda, uji-t, Uji-F dan uji koefisien determinasi. Maka pembahasan mengenai hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.9.1 Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat penggunaan Uang Elektornik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung dengan ttabel dan juga nilai signifikan. Apabila nilai thitung $>$ ttabel dan nilai signifikan $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai rhitung $<$ ttabel dan nilai signifikan $>$ 0,05 maka sebaliknya. Hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai thitung 4,992 dan nilai ttabel yaitu 1,984 yang menunjukkan bahwa nilai thitung $>$ ttabel dengan nilai probalitas signifikan $0,000 <$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti perilaku konsumen (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur.

Terjadi pengaruh positif antara faktor perilaku konsumen terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur antara lain dengan menggunakan produk halal pada uang elektronik karena telah sesuai dengan syariat islam, transaksi uang elektronik dapat mengatur pengeluaran menjadi hemat dan dapat digunakan sesuai prioritas.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh, Setiyawati (2020), yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan

pada perilaku konsumen terhadap minat penggunaan uang elektornik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur

4.9.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat penggunaan Uang Elektornik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur

Uji parsial pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung dengan ttabel dan juga nilai signifikan. Apabila nilai thitung $>$ ttabel dan nilai signifikan $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun apabila nilai rhitung $<$ ttabel dan nilai signifikan $>$ 0,05 maka sebaliknya. Hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai thitung 4,520 dan nilai ttabel yaitu 1,984 yang menunjukkan bahwa nilai thitung $>$ ttabel dengan nilai probalitas signifikan $0,000 <$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti perilaku konsumen (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara faktor kemudahan dan minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur, faktor kemudahan sangatlah mendukung dikarenakan berdasarkan analisis dari hasil kuesioner yang peneliti dapatkan yaitu aspek kemudahan dalam proses bertransaksi sangat mudah dimengerti dan dipahami, lebih praktik dan bisa dibawa kemana saja dapat menggantikan uang

tunai serta lebih mudah untuk digunakan dimanapun dan kapanpun, hal ini menjadi suatu kemudahan bagi pelaku UMKM untuk tertarik menggunakan uang elektronik tersebut.

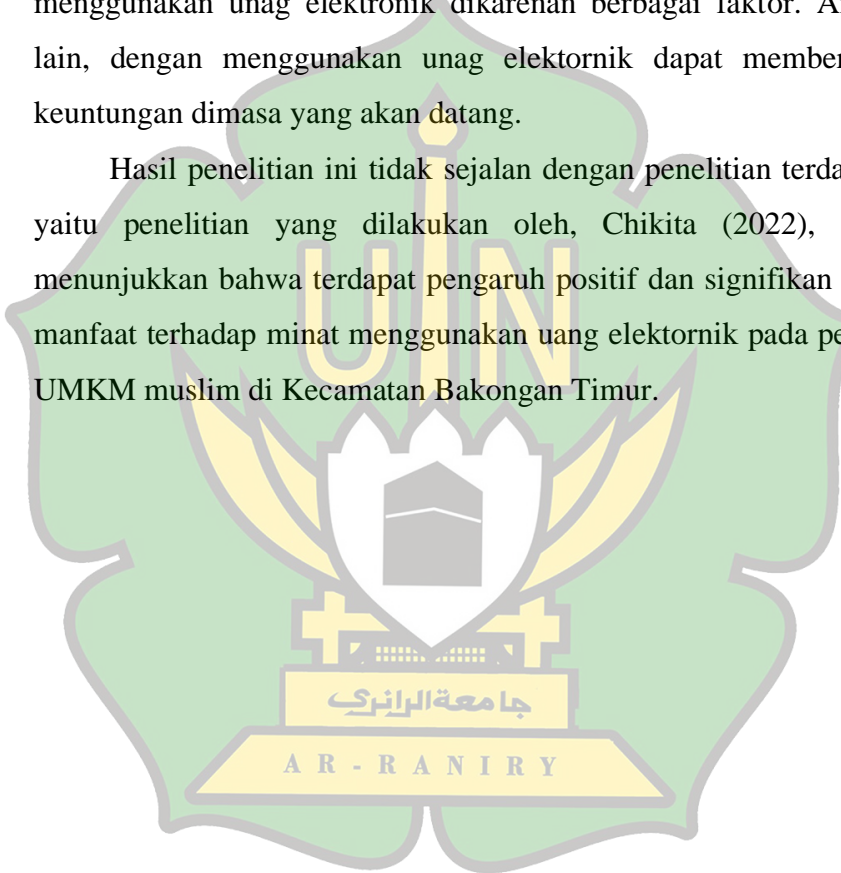
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Chikita (2022), Setiyawati (2020), Artini (2019), serta Hinati (2019) yang menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik.

4.9.3 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektornik pada pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur

Pengaruh manfaat terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur tidak berpengaruh signifikan artinya bahwa kesadaran responden terhadap manfaat dalam menggunakan uang elektronik tersebut masih kecil dan rendah sehingga tidak menumbuhkan minat dalam menggunakan uang elektronik. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman serta pengetahuan yang dimiliki oleh responden tentang manfaat pada uang elektronik dan kurangnya promosi manfaat yang diperoleh dari transaksi menggunakan uang elektronik. Hal tersebut dapat dibuktikan nilai r hitung 0,741 lebih kecil dari ttabel 1.984 ($0,741 < 1,984$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,460 lebih kecil daripada 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti manfaat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik .

Berdasarkan hasil pengujian dapat dibuktikan bahwa Manfaat tidak memiliki pengaruh atau tidak berkaitan secara langsung terhadap ketertarikan dan keinginan konsumen dalam menggunakan uang elektronik. Jadi, Manfaat tidak mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik dikarenakan berbagai faktor. Antara lain, dengan menggunakan uang elektronik dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh, Chikita (2022), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada manfaat terhadap minat menggunakan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah peneliti teliti dengan 100 responden maka kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur.
2. Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur.
3. Manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim Di Kecamatan Bakongan Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, tentu masih terdapat banyak kekurangan dari berbagai perspektif. Agar penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini mendapatkan hasil yang lebih baik dan lebih sempurna, maka peneliti menuliskan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Bagi akademik diharapkan agar penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Sebagai penambah ilmu.

2. Dalam penelitian peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk menggunakan responden yang lebih banyak serta ruang lingkup yang lebih besar.
3. Peneliti juga memberikan saran terhadap penelitian yang akan dilakukan selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel yang tidak penulis gunakan.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan perbankan atau penyelenggara uang elektronik dalam upaya untuk dapat meningkatkan niat pengguna uang elektronik yang lebih baik lagi agar dapat mempertimbangkan aspek-aspek dari variabel dalam penelitian ini. Pemerintah melalui Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) harus memberikan peraturan yang baik demi melindungi kepentingan konsumen dan pelaku UMKM Di Kecamatan Bakongan Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3).
- Artini, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Ta 2016-2017 UIN Sumatera Utara) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Asidik, M. S. (2020). Analisis Faktro-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Tarakan.
- Audria, C. T. (2021). Pengaruh Persepsi kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap preferensi Penggunaan e-Money Gopay Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Manajemen Syariah (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Aulia, M. (2021). Uang Elektronik, Uang Digital (Cryptocurrency) Dan Fatwa Dsn-Mui No. 116 Tentang Uang Elektronik. *Al-Mizan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 5(1), 15-32.
- Bariroh, M. (2021). Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi pada masyarakat pemilik uang elektronik/emoney di wilayah

- Pasar Tanjung) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah).
- Cahyani, N. P. D., & Dewi, L. G. K. (2021). Analisis Adopsi Uang Elektronik dengan Model UTAUT2. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 183-197.
- Chandra Deri, A. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Atas pengguna Program Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana).
- Chikita, O. Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan E-Money Dengan Analisis Tam Di Kota Banda Aceh (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan e-money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209-217.
- Hadisantoso, E., Dharmawati, T., Asdar, M., & Saehu, M. S. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Pada Aplikasi OVO (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Halu Oleo). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 140-150.
- Hasibuan, I. A. (2020). Pengaruh Tingkat Pemahaman E-Money dan Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Masyarakat Pemilik OVO Di Medan) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).

- Hasrian, A. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Islam terhadap Keputusan Penggunaan e-Money (Studi Kasus Konsumen Grab Di Kelurahan Jembatan Kecil Kota Bengkulu)* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Hilmawan, T. W. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kota Malang Menggunakan Uang Elektronik dengan Menggunakan Model UTAUT (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Inayah, R. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus Di Wilayah Kota Purwokerto). *Fakultas Ekonomi Bisnis. IAIN Purwokerto. Skripsi.*
- Meiranti, R. C. A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Pengetahuan Konsumen dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money: Studi Pada Masyarakat Pengguna E-Money Di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Muffaidah, A. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, daya Tarik Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Kartu E-money Di Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Meuthia, R. F., Ananto, R. P., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap

- Penggunaan Uang Elektronik di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143-155.
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan E-Payment Sebagai Metode Pembayaran. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 212-224.
- OVO, M. U. E. Pengaruh Persepsi Perilaku Konsumen Islam, Kemudahan, Dan Kemanfaatan Terhadap Minat.
- Purwadinka, R. E. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di SPBU COCO 51.611. 41 Gresik Jawa Timur.
- Rinanda, N., & Nurbaiti, A. (2018). Pengaruh Audit Tenure, Fee Audit, Ukuran Kantor Akuntan Publik Dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2012-2016). *Eproceedings of management*, 5(2).
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439.

- Sari, A. N. D., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* ISSN, 2460, 2159.
- SETIAWAN, C. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Kota Semarang (Doctoral Dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Syahidah, N. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money Yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan (Studi Empiris Pada Pengguna E-Money Di Bank Umum Kota Magelang) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Terhadap Utama, R. B. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Minat Penggunaan Uang Elektronik Dalam Perspektif Technology Acceptance Model (Survey pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Pasundan Bandung) (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Ulva, L. (2020). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi*

Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh) (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden Yang terhormat, dalam rangka penelitian tugas akhir/strata (S1) dengan ini saya:

Nama : Wanda Ulfia Mardhifa

Nim : 200603062

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Melalui kesempatan ini saya memohon ketersediaan saudara untuk menjadi responden dan menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan (kuesioner). Sehubungan dengan ini, maka jawaban responden diharapkan objektif yang saya butuhkan .

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen, Kemudahan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Pelaku UMKM Muslim Di Kecamatan Bakongan Timur” yang bertujuan untuk dapat mengetahui minat penggunaan uang elektronik pada pelaku UMKM muslim di Kecamatan Bakongan Timur.

Demikianlah pengantar ini dibuat, atas ketersediaan dan partisipasi saya ucapakan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Salam,

Wanda Ulfia Mardhifa

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk Pengisian:

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama
2. Usia Responden
 - a. < 20
 - b. 22-27
 - c. 28-35
 - d. > 36
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
4. Status
 - a. Belum Menikah
 - b. Menikah
5. Penghasilan Responden Perbulan
 - a. < Rp. 1.000.000
 - b. Rp.1000.000-Rp.5.000.000
 - c. Rp.5000.000-Rp.10.000.000
 - d. Rp.11.000.000
6. Usaha Responden
 - a. Kios Pulsa
 - b. Kuliner
 - c. Fashion
 - d. Toko Kelontong
 - e. Lainnya
7. Besar Transaksi Responden Perhari
 - a. < Rp.100.000
 - b. Rp.110.000-Rp.500.000
 - c. Rp.510.000-Rp.1.000.000

- d. > Rp.1.000.000
- 8. Platform uang elektronik yang Responden gunakan
 - a. Gopay
 - b. Dana
 - c. Shopeepay
 - d. OVO
 - e. Lainnya

Petunjuk:

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut saudara (i). Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

Keterangan:

SS =Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

SST = Sangat Tidak Setuju

A. Perilaku Konsumen (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya senang menggunakan produk halal pada uang elektronik karena telah sesuai dengan syariat islam.					
2.	Dengan menggunakan transaksi uang elektronik dapat mengatur pengeluaran menjadi hemat.					
3.	Saya senang menggunakan uang elektronik sesuai dengan prioritas kebutuhan.					

B. Kemudahan (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Uang elektronik mudah digunakan dalam bertransaksi.					
2.	Transaksi uang elektronik dengan interaksi yang jelas dan mudah untuk dipahami					
3.	Penggunaan uang elektronik mudah untuk dibawa.					

C. Manfaat (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Transaksi uang elektronik membuat aktivitas menjadi lebih mudah dalam melakukan pembayaran.					
2.	Melakukan transaksi uang elektronik membuat aktifitas menjadi lebih cepat dan mudah.					
3.	Dengan menggunakan uang elektronik dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang.					
4.	Transaksi menggunakan uang elektronik lebih aman dari pada uang tunai.					
5.	Dengan menggunakan uang elektronik menjadi lebih efisien.					

D. Minat(Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Uang elektronik memberikan promosi berupa bonus dan Cashback pada konsumen.					
2.	Dengan adanya kemudahan pada uang elektronik saya tertarik untuk menggunakannya.					

3.	Dengan adanya manfaat uang elektronik saya berniat untuk menggunakannya.					
----	--	--	--	--	--	--

Terima kasih atas partisipasi saudara/I yang telah mengisi kuesioner diatas. Seluruh data akan dipergunakan dengan semestinya dan penuh tanggung jawab.

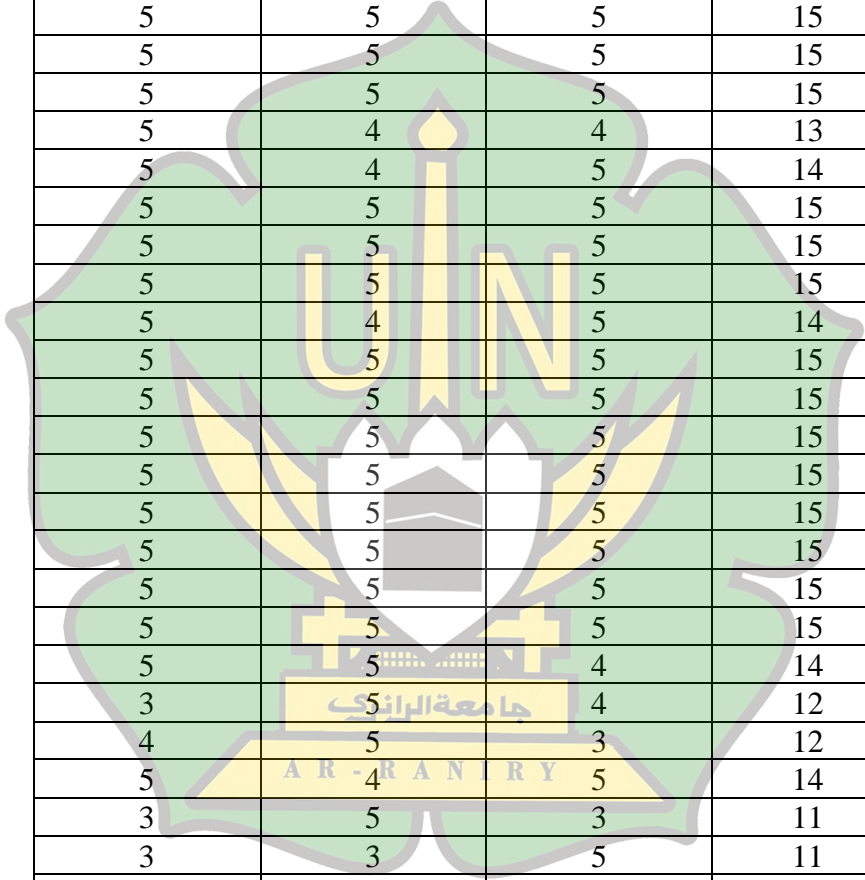


Lampiran 2: Tabulasi Data Hasil Kuesioner

Perilaku Konsumen (X1)

Perilaku Konsumen			Total
X1.1	X1.2	X1.3	
5	4	4	13
4	4	4	12
5	4	4	13
4	3	4	11
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	2	5	12
4	3	4	11
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	4	10
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
2	3	5	10

5	5	5	15
4	5	4	13
5	5	3	13
5	5	3	13
5	4	3	12
5	4	3	12
5	4	3	12
5	5	3	13
5	5	4	14
4	5	5	14
4	5	3	12
5	4	4	13
5	4	4	13
5	4	3	12
5	4	3	12
5	5	3	13
4	5	3	12
5	4	3	12
5	4	3	12
5	4	3	12
5	4	3	12
5	4	3	12
5	4	4	13
5	5	3	13
5	جامعة الراندي	3	12
5	4	3	12
5	AR - RAN RY	3	12
5	4	3	12
5	4	3	12
4	5	3	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	1	3	9



4	4	4	12
5	5	5	15
3	5	4	12
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
3	5	4	12
4	5	3	12
5	4	5	14
3	5	3	11
3	3	5	11
3	5	5	13
5	4	5	14
5	5	5	15
3	3	4	10
4	3	3	10
3	4	4	11
5	3	3	11

4	4	4	12
4	4	5	13
3	4	4	11
5	3	3	11
5	4	5	14
5	4	4	13
4	3	4	11
3	3	4	10
5	4	3	12
3	5	4	12
3	3	4	10
5	3	4	12
3	4	5	12
4	4	5	13
4	4	3	11
3	4	5	12
4	3	4	11
5	4	4	13
5	4	4	13
4	5	4	13
4	3	3	10
4	3	4	11
4	5	5	14
4	4	5	13
4	4	3	11
3	4	5	12
4	4	5	13
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	5	12

Manfaat(X3)

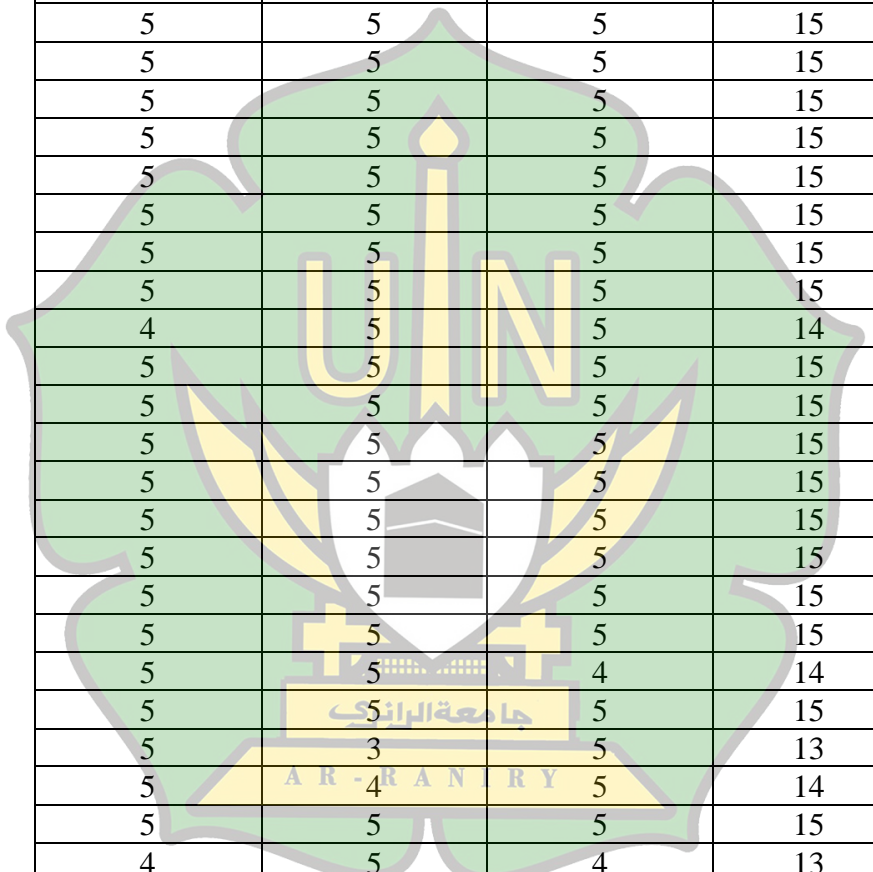
Manfaat (X3)					Total
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18
5	5	4	5	5	24
4	4	4	3	5	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	2	5	4	19
5	5	3	3	5	21
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25

4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	4	5	4	3	19
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	5	5	3	19
5	5	3	4	3	20
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	5	3	3	20
5	5	4	4	4	22
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21
4	4	5	3	4	20
4	3	3	4	5	19
4	3	4	5	4	20

4	4	5	5	5	23
5	3	4	5	4	21
3	3	4	4	5	19
3	4	4	4	4	19
3	5	5	5	3	21
3	5	4	3	3	18
3	4	3	4	4	18
5	5	5	4	4	23
3	3	4	4	4	18
3	4	4	3	4	18
5	5	5	4	3	22
5	4	4	3	4	20
5	4	3	4	4	20
5	3	4	4	3	19
4	5	4	4	5	22
5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	4	21
5	4	5	4	4	22
4	3	4	5	4	20
4	3	3	4	4	18
4	4	5	5	4	22
4	4	4	5	5	22
3	4	5	4	5	21
5	4	4	3	3	19
4	5	4	4	5	23
5	4	4	4	5	22
4	4	3	4	3	18
5	4	3	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	3	1	3	14

Minat (Y)

Minat			Total
X4.1	X4.2	X4.3	
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13
3	4	4	11
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
4	5	4	13
4	5	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
3	4	4	11
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	5	5	14
5	5	5	15



4	4	4	12
5	5	5	15
4	3	4	11
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	3	5	13
5	4	5	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
3	5	5	13
5	5	4	14
3	4	5	12

4	4	4	12
5	3	3	11
3	4	4	11
5	5	4	14
4	3	4	11
4	5	4	13
5	4	4	13
4	3	4	11
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	3	10
5	5	4	14
4	5	4	13
3	3	4	10
3	4	4	11
5	4	4	13
3	5	4	12
3	5	4	12
4	4	3	11
4	3	4	11
4	3	4	11
4	5	4	13
4	4	4	12
5	4	4	14
4	4	4	12
5	4	4	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
1	4	3	8

Lampiran 3: Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumen	100	9	15	13.52	1.527
Kemudahan	100	10	15	13.36	1.649
Manfaat	100	14	25	22.27	2.597
Minat	100	8	15	13.54	1.642
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.297**	.039	.489**
	Sig. (2-tailed)		.003	.703	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.297**	1	.442**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.039	.442**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.703	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.489**	.830**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Kemudahan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.372**	.309**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.372**	1	.535**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.309**	.535**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.742**	.816**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Manfaat (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.500**	.280**	.431**	.448**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.500**	1	.488**	.375**	.413**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X3.3	Pearson Correlation	.280**	.488**	1	.458**	.360**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.431**	.375**	.458**	1	.547**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.448**	.413**	.360**	.547**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.716**	.745**	.707**	.769**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Minat (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.454**	.613**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.454**	1	.545**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.613**	.545**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	.854**	.791**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 5: Uji Reabilitas

Perilaku Konsumen (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.614	3

Kemudahan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	3

Manfaat (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	5

Minat (Y)

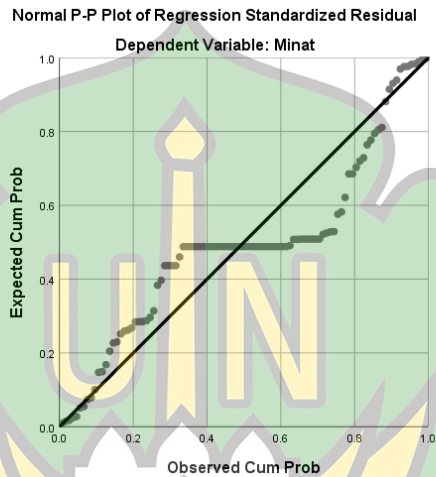
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	3

Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-lot

UJI NORMALITAS (P-Plot)

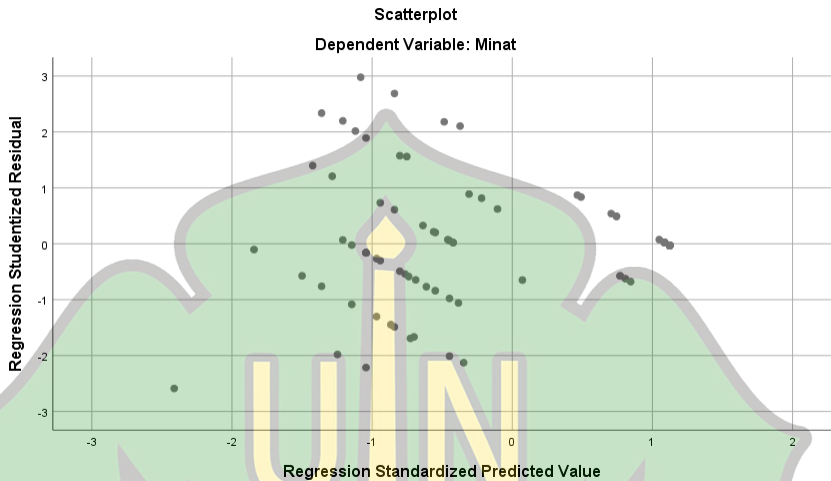


Lampiran 7: Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.668	.967		.691	.492		
	Perilaku Konsumen	.504	.101	.469	4.992	.000	.411	2.431
	Kemudahan	.370	.082	.371	4.520	.000	.539	1.856
	Manfaat	.050	.068	.079	.741	.460	.317	3.153

Lampiran 8: Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 9: Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial Coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.668	.967		.691	.492
	Perilaku Konsumen	.504	.101	.469	4.992	.000
	Kemudahan	.370	.082	.371	4.520	.000
	Manfaat	.050	.068	.079	.741	.460

Lampiran 10. Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173.819	3	57.940	59.795	.000 ^b
	Residual	93.021	96	.969		
	Total	266.840	99			

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 11. Uji T Parsial

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	.668	.967		.691	.492
	Perilaku Konsumen	.504	.101	.469	4.992	.000
	Kemudahan	.370	.082	.371	4.520	.000
	Manfaat	.050	.068	.079	.741	.460

a. Dependent Variable: Minat

Lampiran 12. Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.641	.98436

a. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan, Perilaku Konsumen

