

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET*
BANKING BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN
PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN SURAKARTA)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**



Oleh :

M.IZZUDDIN AL QOSAM

NIM. 14.51.3.1.118

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA
2020**

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET
BANKING* BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN
PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN SURAKARTA)

SKRIPSI


Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

M.IZZUDDIN AL QOSAM
NIM. 14.51.31.118

Surakarta, 19 Oktober 2020

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi


Mokhammad Zainal Anwar S.H.I.,M.S.I.
NIP. 19801130 201503 1 003

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : M.IZZUDDIN AL QOSAM
NIM : 145131118
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul, "PENGARUH PERSEPSIMANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKOTERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNETBANKING* BANKSYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN PERBANKANSYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SURAKARTA)".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 19 Oktober 2020



M.Izzuddin Al Qosam
NIM. 14.51.31.118

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : M.IZZUDDIN AL QOSAM
NIM : 145131118
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul, "PENGARUH PERSEPSIMANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKOTERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNETBANKING* BANKSYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN PERBANKANSYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SURAKARTA".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 19 Oktober 2020



M.Izzuddin Al Qosam
NIM. 14.51.31.118

Mokhammad Zainal Anwar S.H.I.,M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

HAL : SKRIPSI

Sdra : M.Izzuddin Al Qosam

Kepada yang terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara M. Izzudin Al Qosam NIM: 145131118 yang berjudul:

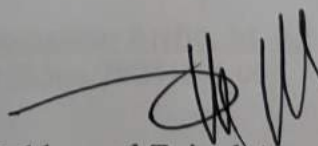
“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING* BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SURAKARTA”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 19 Oktober 2020
Dosen Pembimbing



Mokhammad Zainal Anwar S.H.I.,M.S.I.
NIP. 19801130 201503 1 003

PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN INTERNET BANKING BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SURAKARTA)

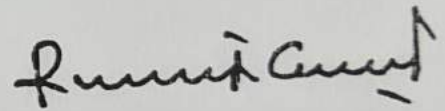
Oleh:

M. IZZUDDIN AL QOSAM
NIM. 14.51.31.118

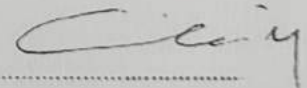
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
Pada hari Senin, 16 November 2020 dan dinyatakan
Telah memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

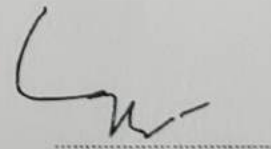
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004



Penguji II
Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I.
NIP. 19640101 199403 2 002

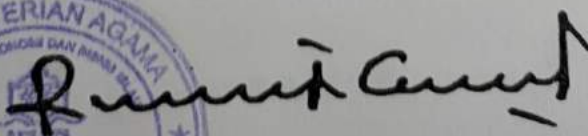


Penguji III
Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.
NIP. 19791111 200604 1 003



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M. Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Jika anda mengikuti semua mimpi, anda mungkin akan tersesat”

-Neil Young-

“Balas dendam terbaik adalah terus hidup dan membuktikan diri”

-Eddie Vedder-

“Seorang teman adalah seseorang yang memberi anda kebebasan untuk menjadi diri sendiri”

-Jim Morrison-

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:
Kedua orang tua tercinta, yang selalu mendoakan saya.

Teman-teman saya, Gufron, Azwar, Irfan, dan Dani yang senantiasa membantu saya ketika saya mengalami kesusahan.

Teman-teman PBS C 2014 saya dan semua teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih.

ABTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of perceived benefits, perceived trustworthiness, and risk perceptions on the interest in using Islamic banking internet banking among students of the Faculty of Economics and Islamic Business majoring in Islamic Banking. The population of this study were students majoring in Islamic banking with a total sample of 103 students, the sampling technique was random or random. The variables in this study are the dependent and independent variables.

The dependent variable is the interest in using Islamic bank internet banking (Y), and the independent variable is the perception of benefits (X1), perceived trust (X2), and perceived risk (X3). The research method used is quantitative research method. The method of analysis uses multiple regression models. Meanwhile, for data processing using the SPSS 20 program.

Based on the results of multiple linear regression analysis, the equation $y = -1.846 + 0.324 X1 + 0.014 X2 + 0.555 X3 + e$ is obtained, from the three results, the risk variable that has the most dominant influence to influence the interest variable using Islamic bank internet banking is 55.5 %, then the benefit variable is 32.4%, which means that the variable affects the interest variable in using Islamic banking internet banking, while the trust variable is 1.4%, which means that the variable does not affect the interest variable using Islamic banking internet banking, it is shown that the tcount is 0.265 and t table of 1.66023.

Keywords: interest in using internet banking, perception, benefits, trust, risk

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking* bank syariah di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah dengan jumlah sampel sebanyak 103 mahasiswa, teknik pengambilan sampel acak atau random. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan independen.

Untuk variabel dependen adalah minat menggunakan *internet banking* bank syariah (Y), dan variabel independen adalah persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), dan persepsi resiko (X3), Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk metode analisis menggunakan model regresi berganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan program SPSS 20.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan $y = -1,846 + 0,324 X1 + 0,014 X2 + 0,555 X3 + e$, dari ketiga hasil tersebut maka variabel resiko yang memiliki pengaruh paling dominan untuk mempengaruhi variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 55,5%, kemudian variabel manfaat sebesar 32,4%, yang artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah, sedangkan variabel kepercayaan sebesar 1,4 % yang artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah ditunjukkan thitung sebesar 0,265 dan ttabel sebesar 1,66023.

Kata kunci: minat menggunakan *internet banking*, persepsi, manfaat, kepercayaan, resiko

DAFTAR ISI

Contents

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN <i>INTERNET</i>	i
PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN <i>INTERNET</i>	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi masalah.....	7
1.3. Batasan masalah	7
1.4. Rumusan masalah.....	8

1.5.	Tujuan Penelitian.....	8
1.6.	Manfaat penelitian	9
1.7.	Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI		12
2.1.	Kajian Teori	12
2.1.1.	Minat Menggunakan Internet Banking	12
2.1.2.	Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3.	Theory of Planned Behaviour	14
2.1.4.	Technology Acceptance Model (TAM).....	15
2.1.5.	Persepsi	16
2.1.6.	Persepsi Manfaat Menggunakan <i>internet banking</i>	16
2.1.7.	Kepercayaan Menggunakan <i>Internet Banking</i>	17
2.1.8.	Persepsi Resiko Menggunakan <i>Internet Banking</i>	17
2.2.	Penelitian Yang Relevan	18
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	19
2.3.	Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1.	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	23
3.2.	Jenis Penelian	23
3.3.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4.	Data dan Sumber Data	26
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6.	Variabel Penelitian	28

3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7.1.	Minat Menggunakan Internet Banking (Y)	29
3.7.2.	Persepsi Manfaat (X1)	29
3.7.3.	Persepsi Kepercayaan (X2).....	29
3.7.4.	Persepsi Resiko (X3)	30
3.8.	Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1.	Uji Instrumen	30
3.8.2.	Uji Statistik Deskriptif.....	31
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.8.5.	Uji Ketepatan Model.....	35
3.8.6.	Uji Hipotesis	36
3.8.7.	Pengolahan Data	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Layanan Internet Banking Bank Syariah dan proses penelitian.....	39
4.1.1	Layanan Internet banking	39
4.1.2	Proses Penelitian	40
4.2	Pengujian dan Hasil Analisa Data.....	41
4.2.1	Uji Instrumen Penelitian	41
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.3.	Uji Ketepatan Model.....	47
4.2.4.	Uji Regresi Berganda.....	49

4.2.5.	Uji Hipotesis (Uji T)	51
4.3.	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	52
4.3.1.	Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> Bank Syariah	54
4.3.2.	Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> Bank Syariah	54
4.3.3.	Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> Bank Syariah	55
BAB V PENUTUP.....		57
5.1.	Kesimpulan	57
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3.	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi manfaat (X1)....	41
Tabel 4. 2 Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi kepercayaan (X2)	42
Tabel 4. 3 Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi resiko (X3).....	42
Tabel 4. 4 Validitas instrumen untuk variabel variabel minat (Y).....	43
Tabel 4. 5 Hasil uji reliabilitas	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Data.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	46
Tabel 4. 8 Uji Heterokedastis Persepsi Manfaat.....	46
Tabel 4. 9 Uji Heterokedastis Persepsi Kepercayaan	47
Tabel 4. 10 Uji Heterokedastis Presepsi Resiko.....	47
Tabel 4. 11 Hasil uji F.....	48
Tabel 4. 12 Hasil uji R2	48
Tabel 4. 13 Hasil Regresi Berganda.....	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, kita hidup di era globalisasi atau bisa juga disebut era *modern*. Didalam zaman modern kita mulai mengenal berbagai macam teknologi sehingga dapat kita manfaatkan dalam mengerjakan pekerjaan kita sehari-hari. Seperti teknologi informasi yang semakin hari semakin maju. Teknologi informasi adalah suatu teknologi untuk menghasilkan sebuah informasi yang relevan, strategis, akurat dan tepat waktu, untuk berbagai kepentingan seperti keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan (Fadhli dan Fachruddin, 2016).

Menurut Davis (1989), pemanfaatan teknologi informasi dapat diukur dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang merupakan hasil dari pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Model TAM telah banyak digunakan untuk menguji penerimaan teknologi oleh pemakai sistem dalam berbagai macam konteks. Davis Menjelaskan bahwa teori ini menawarkan suatu penjelasan yang kuat dan sederhana untuk penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya.

Salah satu tanda kemajuan teknologi adalah munculnya Internet, yang merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan orang dan informasi, telah membuka kemungkinan yang sangat besar bagi kemajuan penelitian dan memperluas peluang bisnis di seluruh dunia. Internet dapat digunakan oleh banyak orang dan internet juga merupakan media interaksi antara individu

menggunakan komputer tanpa dibatasi oleh waktu, biaya dan tenaga. (Dery Risky Paganta, 2016)

Mungkin pada era 10 tahun yang lalu, manfaat internet hanya bisa dirasakan oleh orang pebisnis atau orang kantoran, namun kini manfaat internet dapat dirasakan oleh semua golongan hanya dengan menggunakan laptop atau *handphone*. Dalam penggunaan internet masyarakat kita pada 2017, *Emarketer* memperkirakan pengguna internet di Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan (Hidayat, 2014).

Teknologi internet saat ini menjadi inovasi yang memudahkan masyarakat guna melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun, maka cocok dengan perkembangan masyarakat saat ini yang dikenal sangat sibuk dan memiliki mobilitas tinggi sehingga masyarakat tidak perlu repot-repot untuk datang ke bank dan mengantri hanya sekedar untuk melakukan transaksi *non-cash*. Contoh layanan yang berbasis teknologi informasi dapat berbentuk dalam *internet banking*, misalkan yang berbasis *handphone* (*mobile banking, sms banking*), penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*), *credit card* dan sebagainya (Ahmad & Pambudi, 2014).

Berbagai keuntungan yang bisa dirasakan dengan menggunakan jasa *e-banking* terutama dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *e-banking* dapat dilakukan di mana saja selama penggunanya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *e-banking* tersebut. Banyaknya manfaat dari penggunaan *e-banking*, tentunya para penggunanya dari tahun ke tahun akan meningkat. Namun pada kenyataannya masyarakat lebih memilih melakukan transaksi secara *cash* (Tjini & Baridwan, 2013).

Untuk di Indonesia penerapan *internet banking* di Indonesia sendiri telah dimulai sejak tahun 1998. Dimana Bank Internasional Indonesia (BII) menjadi bank pertama di Indonesia yang menerapkan sistem informasi *internet banking*. Kemudian penerapan *internet banking* tersebut juga dilakukan oleh Bank Central Asia dan Bank Niaga pada tahun 2000, Bank Bukopin pada tahun 2001, Bank Mandiri pada tahun 2003, Bank Permata pada tahun 2005, Bank Negara Indonesia pada tahun 2007, Bank Danamon pada tahun 2008, Bank Rakyat Indonesia pada tahun 2009, dan yang terakhir Bank Mega pada tahun 2010. Diantara bank-bank tersebut, Bank Central Asia merupakan bank yang dianggap paling berhasil dalam penerapan *internet banking* di Indonesia (Gunawan, 2014).

Internet banking menjawab keinginan nasabah yang menginginkan kenyamanan, kemudahan, keamanan kepada nasabah, dimana nasabah dapat mengakses dari mana pun dan kapanpun ia membutuhkannya baik berupa menggunakan telepon seluler, komputer, dan sebagainya (Antasari, Kertahadi, & Riyadi, 2013)

Pengaturan internet banking tidak terlepas dari Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 beserta undang-undang perubahannya, yakni Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Peraturan lainnya yang di dalamnya terdapat ketentuan mengenai *internet banking* adalah Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/15/PBI/2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum. *Internet banking* disini disebutkan dengan istilah *electronic banking* (Prihiyani, 2012).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, secara data dan pengguna e-banking cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *internet banking* meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016 (Fuad, 2017)

Dampak penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dapat kita rasakan. Salah satunya adalah *internet banking* yang memberikan banyak sekali kemudahan bagi usernya dalam melakukan transaksi elektronik, cukup melalui situs web. Apalagi saat ini perkembangan elektronik dan internet di Indonesia yang cukup pesat dan menjadi acuan pada bank untuk terus mengikuti perkembangan zaman agar para nasabah lebih nyaman dan dimudahkan dalam bertransaksi (Margaretha & Farah, 2015)

Davis(1989) menyebutkan kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Kepercayaan merupakan

hal penting bagi kesuksesan relationship. Beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

1. Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan di masa lalu yang diharapkan dari mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
2. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
3. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.

Meskipun banyak manfaat yang didapat dari penggunaan *internet banking*, namun kenyataannya penggunaan *internet banking* pada kalangan mahasiswa Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta masih kurang maksimal.

Dari penjabaran diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta. Tidak dipungkiri bahwa mahasiswa adalah suatu golongan yang sebagian besar pengguna jasa perbankan dalam hal ini termasuk mahasiswa IAIN Surakarta Jurusan Perbankan Syariah. Selain itu tingkat melek teknologi lebih mampu dan sudah mendapatkan pembelajaran tentang perbankan. Walaupun banyak manfaat yang didapat dari penggunaan *internet banking*, fasilitas perbankan ini belum dimanfaatkan mahasiswa secara maksimal. Masih banyak mahasiswa yang belum berminat menggunakan jasa *internet banking* untuk aktifitas sehari-hari. Mereka hanya menggunakan untuk cek saldo dan tarik tunai melalui ATM.

Penelitian mengenai pengaruh kepercayaan oleh Hadyan Farizi dan Syaefullah (2014), Andri Daisy Rahmad, Endang Siti Astuti dan Riyadi (2017) menyatakan bahwa variabel bebas yaitu kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*. Kepercayaan adalah kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya.

Persepsi kebermanfaatan berkaitan dengan kegunaan suatu teknologi untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kinerja dari pengguna teknologi tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2017) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking/mobile banking*

Penelitian yang menjelaskan mengenai resiko yaitu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan seperti penelitian Hadyan Farizi dan Syaefullah (2014), Takele dan Sira (2013) menyimpulkan bahwa persepsi resiko berpengaruh terhadap minat menggunakan Internet Banking.

Sedangkan penelitian lain yang ditulis oleh Aviana Nur Aieni dan Anissa Hakim Purwantini (2017) menjelaskan bahwa persepsi Kepercayaan, Keamanan dan Resiko tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Mobile Banking, temuan empiris mengindikasikan keamanan merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi penggunaan *internet banking/mobile banking*

Dari fenomena yang dijelaskan diatas, peneliti akan meneliti kembali namun di kalangan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Surakarta dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Resiko terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Surakarta)*”**.

1.2. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka muncul permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurangnya minat mahasiswa untuk menggunakan layanan *internet banking*
2. Kurangnya kepercayaan mahasiswa menggunakan *internet banking* membuat mahasiswa menjadi belum yakin menggunakan layanan tersebut.
3. Kebiasaan transaksi tunai mahasiswa dari pada transaksi non tunai seperti *internet banking*

1.3. Batasan masalah

Untuk penelitian, peneliti akan meneliti dahulu untuk menentukan apa yang akan diteliti. Agar pembahasan masalah disini dapat tercapai, maka peneliti akan membatasi masalah penelitian antara lain:

1. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta sebagai pengguna *internet banking*.

2. Variabel bebas penelitian terdiri dari 3 yaitu: persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko, sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah minat menggunakan *internet banking*.

1.4. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan. Adapun permasalahan masalah yang akan diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta dalam menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta dalam menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta dalam menggunakan *internet banking*.

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta dalam menggunakan *internet banking*.

2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta dalam menggunakan *internet banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh resiko terhadap minat mahasiswa jurusan Perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta dalam menggunakan *internet banking*.

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu dalam memberikan pertimbangan serta masukan mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan,Kepercayaan dan Resiko terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam).

Manfaat Teoritis

1. Bagi akademisi penelitian ini dapat dijadikan suatu kajian terkait Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan
3. penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya

Manfaat praktis

1. Bagi bank syariah, diharapkan dengan penelitian ini menjadi koreksi bagi pihak perbankan agar bisa lebih menjaga fasilitas *internet banking* yang sudah ada.
2. Bagi peneliti, diharapkan mampu menjadi khasanah ilmu dan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya mengenai minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori dan penelitian sebelumnya. Teori yang diulas dalam bab ini yaitu pengertian internet banking, teori dari variabel yang diambil yaitu variabel persepsi manfaat, kepercayaan dan resiko, kemudian juga dijelaskan mengenai penelitian terdahulu yang menjadi pendukung untuk penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metode penelitian, waktu dan wilayah penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel-variabel, definisi operasional variabel, data dan sumber data dan alat analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan analisis data, pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang perlu guna diajukan penulis sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

Berikut ini akan dijabarkan mengenai teori-teori yang melandasi dalam penelitian ini yaitu, Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB) persepsi, perilaku konsumen *internet banking* serta penjelasan mengenai variabel-variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko.

2.1.1. Minat Penggunaan Internet Banking

Minat berperilaku merupakan minat (keinginan) seseorang untuk melakukan sesuatu, seseorang dapat melakukan sesuatu apabila terdapat niat atau keinginan untuk melakukan sesuatu. Apabila dalam konteks penggunaan sistem informasi perilaku (*behaviour*) merupakan penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi tersebut (Jogiyanto, 2007: 29).

Minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan sebuah tindakan atau keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan. Hubungan minat bisa diartikan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, minat dapat berubah sesuai dengan waktu, jangka waktu yang semakin panjang memungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang (Ahmad & Pambudi, 2014).

Minat diartikan sebagai salah satu aspek yang mempengaruhi psikis manusia guna mencapai sebuah target, apabila seseorang mempunyai tujuan terhadap suatu objek maka orang tersebut cenderung memperhatikan dan merasa

lebih bahagia terhadap objek tersebut. Apabila objek tersebut bernilai atau bermanfaat baginya maka orang tersebut akan berminat untuk menggunakan objek tersebut serta mendatangkan kepuasan (Tjini & Baridwan, 2013).

Dari pengertian di atas dapat bahwa minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila kepuasan tersebut telah dirasakan manfaatnya, maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakan. Indikator-indikator minat perilaku, antara lain : adanya kesadaran untuk menggunakan *internet banking*, adanya layanan transaksi pada *internet banking* dan *internet banking* fleksibel

2.1.2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan. (Suwarman, 2011:4)

Perilaku konsumen sebagai “perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman, Leon & Kanuk. 2008)

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan jasa/produk, termasuk proses

yang mendahului dan menyusul tindakan ini. (Dr. Etta Mamang Sangaji, 2013:7-8)

2.1.3. Theory of Planned Behaviour

TPB merupakan teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi informasi, salah satu kelebihan dari TPB adalah kemampuannya untuk menganalisis suatu situasi dimana individu-individu tidak mempunyai kontrol sendiri terhadap perilakunya (Jogiyanto, 2007: 86)

Theory of Planned Behaviour merupakan teori yang mengembangkan dari *Theory of Reasoned Action*. *Theory of Reasoned Action* dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975 yang mana dinyatakan bahwa, *Theory of Reasoned Action* adalah sikap terhadap objek untuk memprediksikan perilaku konsumen pada keinginan dalam melakukan tindakan atau tidak. Dalam *Theory of Reasoned Action* ini menghubungkan antara kepercayaan, sikap dan perilaku. Kepercayaan, sikap dan perilaku ini terjadi pada masa sebelumnya, seperti sikap atau perilaku terbentuk tanpa adanya kepercayaan terhadap objek atau barang yang digunakan.

2.1.4. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model merupakan salah satu model yang dibuat untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis (1986). TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Ajzen (1980).

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi.

Teori Davis yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein menyatakan bahwa peranan persepsi kemudahan penggunaan lebih kompleks karena pada persepsi kemudahan penggunaan mengukur penilaian kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dan kemudahan untuk dipelajari (*easy of learning*) dari pengguna teknologi informasi (Ahmad & Pambudi, 2014)

2.1.5. Persepsi

Persepsi merupakan proses untuk kita mengatur, menerjemahkan, dan memilih berbagai macam masukan informasi untuk mewujudkan gambaran mengenai dunia yang berarti. Hal yang penting adalah persepsi tidak hanya tergantung hanya pada rangsangan fisik melainkan juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap saat pada diri kita. (Kotler & Keller, 2008)

2.1.6. Persepsi Manfaat Menggunakan *internet banking*

Persepsi Manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Davis, 1989).

Berdasarkan definisi diatas dapat bahwa manfaat dari penggunaan *internet banking* dapat meningkatkan kinerja bagi penggunanya. Ada beberapa indikator dalam kemanfaatan dalam pemanfaatan *internet Banking* yaitu seperti meningkatkan efektivitas pemanfaatan layanan perbankan, memudahkan transaksi perbankan, memudahkan dalam mendapatkan layanan perbankan yang lebih cepat, dan meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan layanan perbankan. (Muhamad, dkk, 2011)

Persepsi manfaat sistem berkaitan dengan produktivitas dan efektivitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja

orang yang menggunakan sistem tersebut. persepsi manfaat dibagi menjadi berikut:

- a) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu .
- b) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu.
- c) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu.
- d) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu. (Davis, 1989)

2.1.7. Kepercayaan Menggunakan *Internet Banking*

Kepercayaan adalah adanya keyakinan pada seseorang untuk mempercayai sebuah objek, atau salah satu bentuk persepsi yang telah terbentuk keyakinan terhadap objek, ada dua jenis dari kepercayaan yaitu bisa keyakinan positif dan keyakinan negatif terhadap objek menurut Fischer dalam. (Rahmad Astuti, & Riyadi, 2017)

2.1.8. Persepsi Resiko Menggunakan *Internet Banking*

Persepsi resiko adalah beberapa persepsi-persepsi pelanggan mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan sesuatu. Mendefinisikan persepsi resiko adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasari pada hasil yang negatif dan ada kemungkinan hasil tersebut menjadi nyata (Farizi & Syaefullah, 2015).

Peter dan Olson mendefinisikan persepsi resiko (*perceived risk*) sebagai sebuah konsekuensi yang tidak diinginkan serta konsumen juga ingin menghindari resiko tersebut. Dua hal penting yang perlu dipahami pada persepsi resiko adalah adanya konsekuensi (*consequences*) dan ketidakpastian (*uncertainty*), bagi

pengguna konsekuensi ini merupakan *outcome* atau manfaat yang dirasakan setelah menggunakan sebuah produk atau layanan (Sumarwan, 2011: 154).

Persepsi resiko termasuk faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan layanan perbankan, nasabah akan menggunakan layanan mobile banking apabila layanan tersebut memiliki resiko yang rendah, menjamin dapat memenuhi kebutuhan nasabah, serta aman apabila digunakan.

2.2. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang dilakukan Latif Fullah dan Sevenpri Candra(2017) yang berjudul Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, resiko, dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* BRI (studi kasus: seluruh nasabah bank BRI Jakarta) dengan teknik survey melalui penyebaran kuisisioner dengan sampel 100 responden nasabah bank BRI Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* BRI.

1. Penelitian yang dilakukan Ahmad; Bambang Setiyo Pambudi (2014), metode survey dengan sampel 50 nasabah bank BRI yang menggunakan *internet banking* dengan judul Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *internet banking*(Studi pada program layanan internet banking BRI .” hasil penelitian ini menggambarkan Persepsi manfaat, keamanan dan ketersediaan fitur berpengaruh terhadap

minat ulang menggunakan *internet banking*. sementara persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat ulang menggunakan *Internet banking*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Hadyan Farizi dan Syaefullah (2016), menggunakan metode survey dengan sampel 114 mahasiswa aktif jurusan akuntansi Universitas Brawijaya Malang dengan judul ." Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi resiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*." Hasil ini menggambarkan persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *internet banking* sebaliknya persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking*.

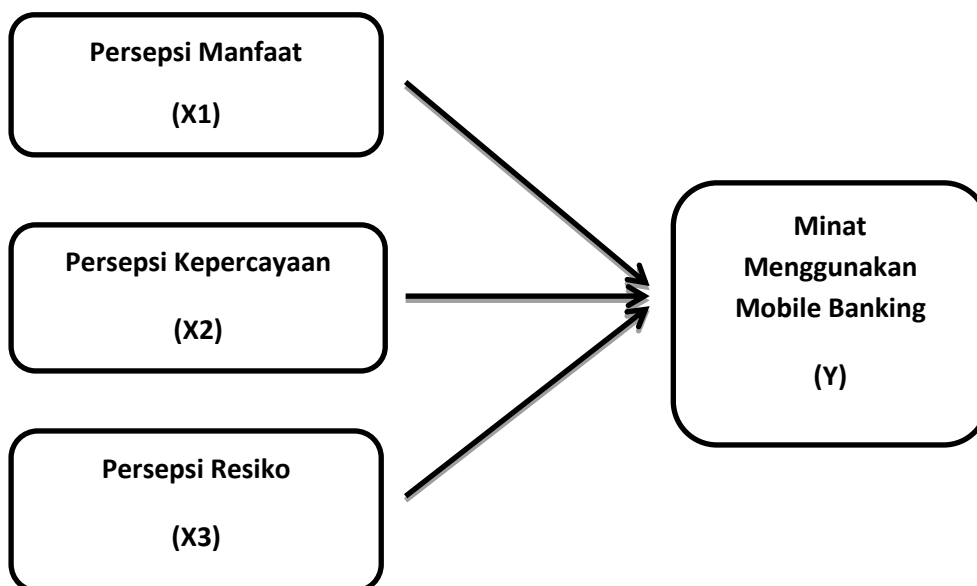
2.2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan studi empiris peneliti terdahulu serta kajian teori, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut

Keterangan :

1. Minat menggunakan *internet banking* (Y) sebagai variabel dependen.
2. Persepsi manfaat (X1) sebagai variabel independen.
3. Persepsi kepercayaan (X2) sebagai variabel independen.
4. Persepsi resiko (X3) sebagai variabel independen

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan dan masih harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2017) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-banking*. Hasil penelitian Cahyo (2014) menunjukkan persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Online Banking*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013), menunjukkan hasil yang sama dimana, persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *E-banking*. Berdasarkan hal tersebut,

maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H1 Persepsi Kebermanfaatan Berpengaruh Terhadap Penggunaan *E-Banking*.

2. Pengaruh antara persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan

Farizi dan Syaifullah (2016) melakukan studi penelitian pengaruh antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* dengan menggunakan metode survey yang menghasilkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *internet banking*. Sejalan dengan itu penelitian yang dilakukan oleh Fullah dan Candra juga menghasilkan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan penjelasan teori diatas maka dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : terdapat pengaruh antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

3. Pengaruh antara persepsi resiko terhadap minat penggunaan

Hadiyan Farizi dan Syaefullah (2016) melakukan penelitian mengenai persepsi resiko dimana persepsi resiko dianggap sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi konsumen, karena dianggap faktor utama maka timbul rasa ketidakpastian yang dianggap sebagai faktor penting, hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking*.

Dengan penjelasan teori diatas maka dapat diturunkan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H3 : terdapat pengaruh antara persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah dari bulan Januari 2018 -Selesai.

3.1.2. Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah IAIN Surakarta khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini juga sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, objektif, terukur, rasional, dan sistematis (Sugiyono, 2015: 7).

Penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis, yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking* Bank Syariah di kalangan mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

Sedangkan penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan guna mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*)

tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lainnya(Sugiyono, 2013: 13).

Penelitian deskriptif ini dimaksudkan guna mendapatkan gambaran mengenai persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi resiko dan minat menggunakan *internet banking* Bank Syariah di kalangan mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiono, 2015: 80).

Sedangkan populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa,sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek dapat menjadi sumber data penelitian(Bungin, 2011: 101)

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Surakarta jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berminat menggunakan *internet banking*. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah tujuh ratus empat puluh mahasiswa perbankan syariah aktif, data bersumber dari akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

3.3.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono, 2015: 81).

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan peneliti menggunakan teknik *probability sampling*, meliputi *simple random*, *proportionate*, *stratified random*, *disproportionate stratified random*. Objek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah yang berjumlah 1067 mahasiswa, yang di ambil dengan cara acak atau random.

Sempel *Random sampling* dikatakan sederhana dikarenakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiono, 2015: 82).

Sampel memiliki ciri yang tak terhingga maka perhitungan dilakukan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu maka rumus yang diberlakukan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : Nilai presisi (ditentukan dalam penelitian ini sebesar 90% atau a=0,1)

Dengan menggunakan rumus diatas maka hasil perhitungan jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{1067}{1067(0,1)^2 + 1}$$

$$n = 91,4310197$$

Dari hasil diatas maka jumlah responden dibulatkan menjadi 91 responden yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta yang berjumlah 1067 mahasiswa.

3.4. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer merupakan data yang secara langsung berkaitan dengan objek penelitian, yaitu melalui penyebaran kuisisioner yang menyangkut bidang minat menggunakan

internet banking kepada mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang diambil dalam pengumpulan data yaitu kuisisioner. Kuisisioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, teknik kuisisioner merupakan teknik yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiono, 2015: 142).

Dalam penelitian menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang penelitian (Sugiono, 2010: 132) Dengan skala likert maka indikator tersebut dapat dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak menyusun item item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi (susunan) dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, yang dapat berupa:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Kurang Setuju (KS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

3.6. Variabel Penelitian

Berdasarkan permasalahan variabel yang diangkat dan di analisa di dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (independen), dan variabel terikat (dependen), penjelasan variabel tersebut yaitu:

3.6.1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang tipe variabel ini adalah dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *internet banking* Bank Syariah.

3.6.2. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel bebas yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lainnya atau variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang berupa variabel independen adalah persepsi manfaat sebagai X1, persepsi kepercayaan sebagai X2, persepsi resiko sebagai X3

3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional penelitian merupakan faktor faktor yang digunakan didalam variabel. Guna memberikan gambaran yang jelas mengenai variabel di dalam penelitian ini, masing masing variabel sebagai berikut:

3.7.1. Minat Menggunakan Internet Banking (Y)

Minat menggunakan *internet banking* merupakan tindakan atau keinginan nasabah untuk menggunakan *internet banking* dan bertujuan supaya nasabah merasa senang terhadap fasilitas *internet banking* tersebut. Ada dua indikator yang digunakan untuk mengukur minat yaitu keinginan untuk menggunakan dan akan selalu menggunakan di masa depan (Jogiyanto, 2008: 77)

3.7.2. Persepsi Manfaat(X1)

Persepsi manfaat merupakan keyakinan nasabah dimana dalam menggunakan *internet banking* dapat dilakukan dengan mudah serta bebas dari masalah. Indikator yang membangun persepsi manfaat ada empat yaitu meningkatkan kinerja nasabah, menambah produktifitas nasabah, meningkatkan efektifitas nasabah, bermanfaat bagi nasabah.

3.7.3. Persepsi Kepercayaan (X2)

Persepsi kepercayaan merupakan persepsi nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa dimana mahasiwa dapat menggantungkan atau mempercayai fasilitas *internet banking* dengan segala resiko yang ada. Indikator yang membangun persepsi kepercayaan adalah internet banking terpercaya, menguntungkan,terbaik, sesuai dengan yang diharapkan.

3.7.4. Persepsi Resiko(X3)

Persepsi resiko merupakan persepsi nasabah bahwa adanya konsekuensi yang dihadapi nasabah disaat menggunakan layanan tersebut, dalam hal ini menuntut supaya resiko yang kecil serta faktor keamanan yang tinggi. Adapun indikator yang membangun persepsi resiko adalah pengendalian untuk melindungi data pribadi, jarang mengalami gangguan.

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

3.8.1. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji mengenai kemampuan kuisisioner sehingga dapat benar benar mengukur apa yang akan diukur (Astuti, 2015: 26)

Uji validitas data dihitung dengan menghitung korelasi antara masing masing pertanyaan dengan skor total pengamatan. Validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi operasi mengukur apa yang sebenarnya diukur. Validitas berhubungan dengan kenyataan, validitas juga berhubungan dengan tujuan dari pengukuran (Jogiyanto, 2008)

Untuk mengetahui ukuran valid tidaknya sebuah pertanyaan atau pernyataan dilihat dari perbandingan antara koefisien r hitung dengan koefisien r tabel. jika r hitung $>$ r tabel maka item tersebut valid. Begitu pula sebaliknya jika r

hitung $< r$ tabel maka item tersebut gugur atau tidak valid. Alat ukur untuk menunjukkan ukuran penyimpangan dari tujuan, sehingga penyimpangan ini disebut dengan kesalahan (*error*) atau varian (Jogiyanto, 2008).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diukur cara mengulang pertanyaan atau pernyataan yang mirip dengan nomor-nomor berikutnya, atau dengan jalan melihat konsistensinya (diukur menggunakan korelasi) dengan pertanyaan atau pernyataan lain (Astuti, 2015: 26). Uji reliabilitas instrumen menggunakan taraf signifikansi 5%, jika *cronbach alpha* $> 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel (Astuti, 2015)

3.8.2. Uji Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif merupakan suatu pengolahan data yang bertujuan menggambarkan data. beberapa yang termasuk analisis statistika deskriptif adalah membuat tabel dan grafik-grafik serta penaksiran parameter (Astuti, 2015: 11)

Tujuan dari uji statistik deskriptif untuk mengumpulkan informasi aktual yang menggambarkan gejala yang ada, memeriksa kondisi atau mengidentifikasi masalah serta membuat evaluasi atau perbandingan. Statistik deskriptif menggambarkan mengenai ringkasan data-data penelitian misalkan nilai tertinggi, nilai terendah, mean, standar deviasi serta varian.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda perlu dilakukan uji asumsi klasik, hal ini bertujuan supaya peneliti mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi-asumsi klasik. Asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas data, heterokedastisitas, multikolinieritas

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel dependen maupun variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Model regresi dikatakan baik apabila memiliki distribusi normal ataupun mendekati normal (Priyatno, 2012: 54).

Jika dilihat menggunakan p-plot data dikatakan berdistribusi normal apabila gambar berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar pada garis diagonal serta penyebaran titik-titik searah dengan garis diagonal (Ghozali, 2012: 160)

Pengujian normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik dengan metode Kolmogorov Smirnov, dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas lebih besar dari 0,005 ($>0,005$) maka H_0 diterima, yaitu variabel residual terdistribusi normal.
- b. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,005 ($<0,005$) maka H_0 ditolak, yaitu variabel residual tidak terdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji *Heterokedastisitas* bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut *homokedastisitas* dan jika berbeda maka disebut *heterokedastisitas*. Model regresi yang baik merupakan model *homokedastisitas* (Ghozali, 2012: 137).

Heterokadistisitas menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien menjadi melebihi, kurang bahkan menyesatkan. Untuk mengujinya adalah melihat pola tertentu pada grafik jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu maka terjadi *heterokedastisitas*. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai thitung lebih kecil dari ttabel maka tidak ada *heteroedastisitas* begitupun sebaliknya.

Uji *Heterokedastisitas* dapat juga melalui nilai signifikan yaitu membandingkan level of signifikan (α). Jika nilai signifikan lebih besar dari level of signifikan (α) berarti tidak ada *heterokedastisitas* begitupun sebaliknya. Besarnya nilai signifikan yaitu membandingkan level of signifikan (α)

a. Signifikan $t > 0,05$ artinya tidak ada *heterokedastisitas*

b. Signifikan $t < 0,05$ artinya ada *heterokeastisitas*

3. Uji Multikoleniaritas

Multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah di dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang

baik adalah apabila tidak ada korelasi antara variabel independen (Astuti, 2015: 66).

Untuk mendeteksi apakah ada atau tidak multikoleniaritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *variance inflation factor* (VIF) lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas.

3.8.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Apabila dalam penelitian menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam sebuah model regresi maka disebut dengan regresi linear berganda (Priyatno, 2010: 78). Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya. Regresi merupakan alat analisis yang digunakan peneliti untuk membantu melakukan prediksi atas variabel terikat (*dependen*) dengan mengetahui variabel bebas (*independen*).

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel *independen* adalah :

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

Keterangan:

Y = Minat menggunakan *internet banking*

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

X1 = Persepsi manfaat

X2 = Persepsi kepercayaan

X3 = Persepsi Resiko

e = Faktor kesalahan

3.8.5. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Uji F merupakan sebuah uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independen*), yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), dan persepsi resiko (X3) terhadap variabel terikat (*dependen*), yaitu minat menggunakan *internet banking* (Y). Kriterianya adalah sebagai berikut:

a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen X1, X2, X3 terhadap variabel dependen Y.

b. $H_a : b_1 - b_3 > 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel independen X1, X2, X3 terhadap variabel dependen Y.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah:

a) Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$).

b) Distribusi t dengan derajat kebebasan ($n - k$).

c) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

d) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

2. Uji determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variasi variabel-variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjalankan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2005: 83).

3.8.6. Uji Hipotesis

Uji T digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) secara parsial. Uji statistik T dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel, ttabel dapat dicari menggunakan $df = n - k - 1$, dimana k adalah jumlah variabel independen (Astuti, 2015: 57).

Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking* secara individual dilakukan menggunakan uji .

Langkah-langkah melakukan uji t adalah:

1. menentukan H_0 dan H_a

$H_0 = \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a = \beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Level of significance = $\alpha = 0,05$

3. Derajat kebebasan (dk) = $n - 1 - k$

$T_{tabel} = (\alpha / 2; (n - 1 - k))$

4. Kriteria pengujian:

Jika nilai sig. $< \alpha$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Jika nilai sig. $> \alpha$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

5. Kesimpulan

Dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} maka H_0 dapat diterima atau ditolak.

3.8.7. Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan manipulasi data supaya menjadi bentuk yang lebih berguna. Pengolahan data disini tidak hanya fokus pada perhitungan numeris namun juga operasi-operasi seperti klarifikasi data dan perpindahan data dari satu tempat ke tempat yang lain.

Dalam penelitian ini untuk pengolahan data menggunakan SPSS 20 for windows. Merupakan perangkat lunak komputer guna membantu mengolah data statistik, di dalam SPSS terdapat menu dan toolbar. Namun karena digunakan

untuk pengolahan data, SPSS ini mirip seperti Microsoft Excel terdapat lembar kerja sehingga memudahkan pengguna dalam penggunaan komputasi statistik

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Layanan Internet Banking Bank Syariah dan proses penelitian

4.1.1 Layanan Internet banking

Internet Banking merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia. Pada saat ini penggunaan *Internet-Banking* bagi nasabah meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses transaksi. Proses transfer, penarikan, dan pembayaran transaksi yang dilakukan melalui *Internet Banking* akan mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi tersebut.

Internet banking menjawab keinginan nasabah yang menginginkan kenyamanan, kemudahan, keamanan kepada nasabah, dimana nasabah dapat mengakses dari mana pun dan kapanpun ia membutuhkannya baik berupa menggunakan telepon seluler, komputer, dan sebagainya (Antasari, Kertahadi, & Riyadi, 2013)

Internet banking memberikan solusi penghematan biaya operasional (cost effective) dalam penggunaannya dibandingkan dengan saluran lainnya. Dikarenakan *internet banking* mampu mengurangi biaya transaksi ke titik terendah yaitu dapat menghemat 79% biaya dibandingkan dengan biaya transaksi perbankan yang lainnya. (Sanusi, 2000)

4.1.2 Proses Penelitian

Penelitian ini menggunakan media Google Form untuk menyebar kuisisionernya, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi bermodalkan smartphone membuat para responden dapat menjawab beberapa pernyataan tanpa harus menulis, lebih hemat karena tidak menggunakan kertas sebagai kuisisionernya. Responden hanya perlu masukkan link form kemudian langsung disediakan beberapa pernyataan yang siap untuk dijawab oleh responden, link googleform (<https://forms.gle/yEouUWBRdBpdDbrV9>) responden tinggal memasukkan link ke browsernya maka kuisisioner muncul.

Untuk menemukan responden, menggunakan sosial media seperti Whatsapp, yang digunakan untuk berinteraksi, link GoogleForm tadi bisa di bagikan melalui Whatsapp, responden disini merupakan mahasiswa IAIN Surakarta jurusan Perbankan Syariah, untuk prosesnya bisa melalui ketua kelas, atau langsung membagikan kepada mahasiswa jurusan perbankan syariah,

Untuk menemukan responden, menggunakan sosial media seperti Whatsapp, yang digunakan untuk berinteraksi, link GoogleForm tadi bisa di bagikan melalui Whatsapp, responden disini merupakan mahasiswa IAIN Surakarta jurusan Perbankan Syariah, untuk prosesnya bisa melalui ketua kelas, atau langsung membagikan kepada mahasiswa jurusan perbankan syariah,

4.2 Pengujian dan Hasil Analisa Data

4.2.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang akan diukur. Kriteria sebuah pertanyaan atau pernyataan yang dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$.

a. Variabel Persepsi Manfaat (X1)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil validitas pada variabel persepsi kemudahan (X1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi manfaat (X1)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
X1.1	0,767	0,1946	VALID
X1.2	0,694	0,1946	VALID
X1.3	0,640	0,1946	VALID
X1.4	0,686	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Nilai r_{tabel} untuk nilai signifikansi 0,05 adalah 0,1946 tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , sehingga semua item kemampuan penyedia jasa berupa pernyataan dari nomor 1 sampai 4 sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

b. Variabel Persepsi Kepercayaan (X2)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil validitas pada variabel persepsi kepercayaan (X2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi kepercayaan (X2)

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
X2.1	0,803	0,1946	VALID
X2.2	0,798	0,1946	VALID
X2.3	0,751	0,1946	VALID
X2.4	0,704	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Nilai r tabel untuk nilai signifikansi 0,05 adalah 0,1946 tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua item kemampuan penyedia jasa berupa pernyataan dari nomor 1 sampai 4 sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

c. Variabel Persepsi Resiko (X3)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil validitas pada variabel persepsi resiko (X3) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi resiko (X3)

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
X2.1	0,706	0,1946	VALID
X2.2	0,731	0,1946	VALID
X2.3	0,626	0,1946	VALID
X2.4	0,607	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Nilai r tabel untuk nilai signifikansi 0,05 adalah 0,1946 tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua item kemampuan penyedia jasa berupa pernyataan dari nomor 1 sampai 4 sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

d. Variabel Minat (Y)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil validitas pada variabel minat (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Validitas instrumen untuk variabel variabel minat (Y)

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
Y1.1	0,649	0,1946	VALID
Y1.2	0,674	0,1946	VALID
Y1.3	0,643	0,1946	VALID
Y1.4	0,655	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Nilai r tabel untuk nilai signifikansi 0,05 adalah 0,1946 tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua item kemampuan penyedia jasa berupa pernyataan dari nomor 1 sampai 4 sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Data uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Hasil uji reliabilitas

Pertanyaan	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
X1	0,775	0,6	Reliabel
X2	0,804	0,6	Reliabel
X3	0,763	0,6	Reliabel
Y	0,755	0,6	Reliabel

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Dari data diatas menunjukkan bahwa variabel persepsi Manfaat (X1), persepsi kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) dan minat (Y) dari hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0,07, sehingga disimpulkan bahwa variabel variabel tersebut adalah reliabel serta dapat digunakan untuk mengolah data selanjutnya.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *kolmogorov swirnov* untuk uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Data terdistribusi normal, jika nilai sig (*Signifikansi*)>0,05. Begitu pula sebaliknya.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82067479
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,044
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan hasil uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dari data diatas nilai *Asymp.sig.(2-tailed)* sebesar 0.052. yang artinya lebih besar dari 0,05 dan disimpulkan bahwa data yang diuji telah berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Untuk mengetahui maka dilakukan uji untuk mengetahui nilai *Tolerance* dan VIF. Nilai untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* >0.10 dan nilai VIF < 10. Data dari penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Multikoleniaritas

variabel	tolerance	VIF	Keterangan
X1	,735	1,361	Tidak terjadi
X2	,965	1,036	Tidak terjadi
X3	,726	1,378	Tidak terjadi

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas diperoleh nilai *Tolerance* dari variabel persepsi manfaat sebesar ,735, variabel persepsi kepercayaan sebesar ,965, dan variabel persepsi resiko sebesar ,726. disimpulkan dari ketiga data tersebut nilainya diatas 0.10 atau *Tolerance* >0.10. maka dapat disimpulkan data memenuhi uji multikolinearitas dan tidak ada multikolinearitas antar variabel independen.

3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas bisa dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik.

Tabel 4. 8
Uji Heterokedastis Persepsi Manfaat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,466	,793		3,111	,002
	Persepsi Manfaat	-,059	,047	-,124	-1,251	,214

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Tabel 4. 9
Uji Heterokedastis Persepsi Kepercayaan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,934	,420		4,600	,000
Persepsi Kepercayaan	-,048	,028	-,169	-1,710	,090

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Tabel 4. 10
Uji Heterokedastis Presepsi Resiko

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,144	,714		3,002	,003
Persepsi resiko	-,061	,046	-,133	-1,344	,182

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan tabel-tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikasi variabel X1 sebesar ,214 dan nilai signifikasi variabel X2 sebesar ,090 dan X3 sebesar ,182. Karena nilai signifikasi diatas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan dalam model regresi tidak terjadi masalah hetdrokedastis

4.2.3. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Tabel 4. 11
Hasil uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	304,198	3	101,399	45,837	,000 ^b
	Residual	216,792	98	2,212		
	Total	520,990	101			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), resiko, kepercayaan, persepsi manfaat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Dari hasil uji ANOVA (*Analysis of Varians*) pada tabel ANOVA menunjukkan nilai Fhitung sebesar 45,837 dan Ftabel sebesar 3,09. Berdasarkan hasil tersebut F hitung lebih besar dari F tabel sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel X1,X2, dan X3 secara simultan berpengaruh terhadap Y

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. 12
Hasil uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 ^a	,584	,571	1,487

a. Predictors: (Constant), resiko, kepercayaan, persepsi manfaat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0.584 atau 58,4%, yang artinya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah mampu dijelaskan sebesar 58,4%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.2.4. Uji Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi berganda dimana akan diuji secara empirik untuk mencari hubungan pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Hasil uji regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13
Hasil Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,846	1,357		1,361	,177		
	persepsi manfaat	,324	,079	,313	4,117	,000	,735	1,361
	kepercayaan	,014	,052	,018	,265	,791	,965	1,036
	resiko	,555	,077	,551	7,208	,000	,726	1,378

a. Dependent Variable: minat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diperoleh persamaan regresi berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$y = -1,846 + 0,324 X_1 + 0,014 X_2 + 0,555 X_3 + e$$

penjelasan mengenai persamaan regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

1. $a = -1,846$ yang berarti bahwa kemampuan persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko dianggap konstan dan artinya tidak mengalami penambahan atau pengurangan, nilai kemampuan persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko sama dengan nol atau

tetap maka minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah sebesar 1,846

2. $B_1 = 0,324$ yang artinya bahwa setiap penambahan 1 poin persepsi manfaat maka akan meningkatkan minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah sebesar 0,324.
3. $B_2 = 0,014$ yang artinya bahwa setiap penambahan 1 poin persepsi kepercayaan maka akan meningkatkan minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah sebesar 0,014.
4. $B_3 = 0,555$ yang artinya bahwa setiap penambahan 1 poin persepsi resiko maka akan meningkatkan minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah sebesar 0,555.

Dari data diatas maka disimpulkan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dependen adalah dapat dilihat dari nilai koefisien regresi semakin besar nilai koefisien regresi maka akan semakin kuat mempengaruhi variabel dependen, kalau dilihat dari data maka variabel independen yang paling mempengaruhi variabel dependen adalah variabel resiko karena memiliki nilai terbesar yaitu 0,555. Yang merupakan variabel paling dominan dan paling berpengaruh dalam minat menggunakan *Internet Banking*.

4.2.5. Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 4. 14
Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,846	1,357		1,361	,177
x1_manfaat	,324	,079	,313	4,117	,000
x2_kepercayaan	,014	,052	,018	,265	,791
x3_resiko	,555	,077	,551	7,208	,000

a. Dependent Variable: y_minat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Berdasarkan tabel *coefficients*, maka pembuktian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan $H_a =$ diduga ada pengaruh variabel manfaat terhadap minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah. Dilihat dari tabel diketahui thitung sebesar 4,117 dan ttabel sebesar 1,66023 jadi thitung > ttabel. Jika dilihat dari nilai signifikansi X_1 sebesar 0,000 nilai ini dibawah nilai alpha 0,05 atau $0,000 < 0,05$ hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan $H_a =$ diduga terdapat pengaruh variabel persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* bank

syariah. Dari tabel diatas diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ dimana t_{hitung} sebesar 0,265 dan t_{tabel} sebesar 1,66023. Jika dilihat dari nilai signifikansi X_2 sebesar 0,791 nilai ini dibawah nilai alpha 0,05 atau $0,791 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

3. Hipotesis ketiga yang menyatakan $H_a =$ diduga terdapat pengaruh variabel persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking* bank syariah. Dari tabel diatas diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ dimana t_{hitung} sebesar 7,208 dan t_{tabel} sebesar 1,66320. Jika dilihat dari nilai signifikansi X_3 sebesar 0,000 nilai ini diatas nilai alpha 0,05 atau $0,000 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima sedangkan H_a ditolak, sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil olah data dengan regresi berganda maka di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$y = -1,846 + 0,324 X_1 + 0,014 X_2 + 0,555 X_3 + e$$

maka dapat diartikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 0,324 atau sebesar 32,4%, dapat dinyatakan setiap penambahan 1% persepsi kemudahan maka akan meningkatkan minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 32,4%, dan juga sebaliknya jika persepsi kemudahan turun 1% maka akan menurunkan minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 32,4%.
2. Koefisien regresi variabel persepsi kepercayaan (X2) sebesar 0,014 atau sebesar 1,4%, dapat dinyatakan setiap penambahan 1% persepsi kepercayaan maka akan meningkatkan minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 1,4%, dan juga sebaliknya jika persepsi kepercayaan turun 1% maka akan menurunkan minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 1,4%.
3. Koefisien regresi variabel persepsi resiko (X3) sebesar 0,555 atau sebesar 55,5%, dapat dinyatakan setiap penambahan 1% persepsi resiko maka akan meningkatkan minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 55,5%, dan juga sebaliknya jika persepsi resiko turun 1% maka akan menurunkan minat menggunakan *internet banking* bank syariah sebesar 55,5%.

Dapat disimpulkan dari ketiga hasil tersebut maka variabel resiko yang memiliki pengaruh paling dominan untuk mempengaruhi variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah yaitu sebesar 43,9% yang merupakan nilai tertinggi daripada variabel independen lainnya.

4.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah

Hipotesis pertama yang menyatakan $H_a =$ diduga ada pengaruh variabel manfaat terhadap minat menggunakan *Internet Banking* bank syariah. Dilihat dari tabel diketahui thitung sebesar 4,117 dan ttabel sebesar 1,66023 jadi thitung > ttabel. Jika dilihat dari nilai signifikansi X_1 sebesar 0,000 nilai ini dibawah nilai alpha 0,05 atau $0,000 < 0,05$ hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhan tahun 2016 yaitu variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat nasabah menggunakan *internet banking*. Persepsi kemudahan yang dirasakan individu terhadap interaksi dengan sebuah sistem informasi spesifik atau teknologi yang bebas dari usaha mental (Davis, 1989). Dalam hal ini menunjukkan bahwa teori TAM dalam menerima teknologi yang artinya persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penerimaan teknologi.

4.3.2. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah

Hipotesis kedua yang menyatakan $H_a =$ diduga terdapat pengaruh variabel persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking* bank syariah. Dari tabel diatas diketahui thitung < ttabel dimana thitung sebesar 0,265 dan ttabel sebesar 1,66023. Jika dilihat dari nilai signifikansi X_2 sebesar 0,791 nilai ini dibawah nilai alpha 0,05 atau $0,791 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi

kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Fullah dan Candra (2014), hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat. Persepsian kepercayaan disini adalah keyakinan yang dipegang para nasabah bank terhadap karakteristik bank dan kemungkinan mempengaruhi perilaku konsumen dimasa yang akan datang. Minat bertransaksi menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan, apabila persepsi kepercayaan tinggi maka akan meyakinkan bahwa pihak bank mampu menjalankan layanan tersebut.

4.3.3. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* Bank Syariah

Hipotesis ketiga yang menyatakan $H_a =$ diduga terdapat pengaruh variabel persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking* bank syariah. Dari tabel diatas diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ dimana t_{hitung} sebesar 7,208 dan t_{tabel} sebesar 1,66320. Jika dilihat dari nilai signifikansi X^2 sebesar 0,000 nilai ini diatas nilai alpha 0,05 atau $0,000 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima sedangkan H_a ditolak, sehingga disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan kesamaan pada penelitian terdahulu yang diteliti oleh Aieni (2017), dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh namun tidak signifikan persepsi resiko terhadap terhadap minat

menggunakan *internet banking*, semakin besar persepsi resiko maka semakin besar pula kemungkinan keterlibatan pelaku ekonomi dalam penggunaan sistem informasi.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *internet banking* bank syariah. Untuk mengetahui pengaruh terbesar dari tiga variabel independen tersebut, serta dari rumusan masalah yang di ajukan, maka analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.
2. bahwa variabel persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.
3. variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan *internet banking* bank syariah.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan penggunaan variabel, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya tiga variabel saja.
2. *Internet banking* dalam penelitian ini hanya fokus pada bank syariah secara umum belum dikhususkan pada *internet banking* bank tertentu.
3. Keterbatasan dalam waktu dan kemampuan peneliti, sehingga hasil penelitian terbatas pada kemampuan deskripsi.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya berkaitan dengan faktor faktor yang memengaruhi minat menggunakan *internet banking* yaitu:

1. Untuk meningkatkan minat menggunakan *internet banking* perlu adanya sosialisasi mengenai persepsi manfaat, persepsi kepercayaan serta persepsi resiko terutama di kalangan mahasiswa supaya minat menggunakan *internet banking* di kalangan mahasiswa semakin meningkat.
2. Perlu adanya metode penelitian lebih lanjut mengenai minat menggunakan *internet banking* di kalangan mahasiswa atau nasabah bank syariah supaya penelitian mengenai *internet banking* hasilnya lebih konkrit.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Jurnal Studi Manajemen, 1-11.
- Antasari, Kertahadi, & Riyadhi (2013). *Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pt. Bri Persero Tbk Cabang Bontang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.1 No.2, 1-9
- Astuti, S. P. (2015). *Modul Praktikum Statistika*. Surakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Iain Surakarta
- Ajzen, I & Driver, B.L. (2001), "Prediction Of Leisure Participation From Behavioral, Normative, and Control Beliefs: An Application Of The Theory Of Planned Behavior". *International Journal Management Leisure Sciences*. 13, 185-204
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Davis, F.D, (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology, Ms Quarterly (Online)", Vol. 13 Iss, 3, Pg. 318.
- Ghozali, 1. (2005) *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, 1. (2012) *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunawan, Andrew. (2014) *Minat Individual Terhadap Penggunaan Internet Banking* Jurnal Nominal, Vol.3 No.2
- Fadli, & Fachrudin, (2016). *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Resiko, Kepercayaan, Manfaat, & Kemudahan Penggunaan Terhadap Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Umum Di Kota Banda Aceh)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol .1, No.2, 264-276

- Farizi, & Syaefullah.(2015)“*Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Resiko & Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*”.Jurnal Ekonomi, Vol.1 No.1,1-8
- Fuad, H. (19 Januari 2017). Ekbis Perbankan. Diakses 20 Julii 2018, Dari Sindonews.Com:
<https://Ekbis.Sindonews.Com/Read/1172393/178/Pengguna-E-Banking-Meningkat-Tajam-1484822191>
- Jogiyanto,(2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Jogiyanto,(2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Kotler, P. (2001). “*Manajemen Analisis Perencanaan, Pengendalian Dan Implementasi, Edisi Revisi Jilid I*”. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Margaretha.(2015). “*Dampak Elektronik Banking Terhadap Kinerja Perbankan Indonesia. Jurnal Keuangan & Perbankan*”, Vol .19. No.3,514-524
- Muhamad Taqi,Amini,Ahmadinejad,Mustafa,Azizi,Mohammad Javad (2011):*Adoption Of Internet Banking By Iranian Customer: An Empirical Investigation,The International Jurnal Of Management Science And Information Technology(Ijmsit)*,Issn 1923-0273, Naisit Publishers, Toronto,Iss. Pp 27-44
- Peter, J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyatno,Duwi.(2009).*5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS* .Yogjakarta:C.V Andi Offset
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.C.V Andi Offset.
- Schiffman,Leon G.& Kanuk,Leslie Lazar.(2008). *Perilaku Konsumen*.Jakarta:Indeks
- Sugiono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Cv.Alfabeta.

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Cv.Alfabeta.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia

Lampiran 2. Kuisisioner

KUISISIONER

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN
PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN INTERNET
BANKING BANK SYARIAH

(Studi Pada Mahasiswa PBS Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta)

Nama :

Prodi :

NIM :

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pernyataan di bawah ini.

A. Petunjuk pengisian

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang paling menunjukkan kebenaran pernyataan dibawah ini berdasarkan penilaian:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak setuju (ST)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

B. Pernyataan tentang persepsi manfaat

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	ST
1.	Layanan Internet banking Bank Syariah mampu meningkatkan kinerja nasabah					
2.	Menggunakan layanan Internet Banking Bank Syariah menambah produktifitas nasabah					
3.	Internet Banking Bank Syariah meningkatkan					

	efektifitas kinerja nasabah					
4.	Layanan Internet Banking Bank Syariah bermanfaat bagi nasabah					

C. Pernyataan tentang persepsi kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	ST
1.	Saya berpendapat bahwa Internet Banking Bank Syariah terpercaya					
2.	Saya percaya bahwa menggunakan Internet					

	Banking Bank Syariah akan menguntungkan					
3.	Saya percaya bahwa failitas Internet Banking Bank Syariah adalah terbaik					
4	Saya yakin bahwa fasilitas layanan Internet Banking Bank Syariah sesuai dengan yang diharapkan konsumen					

D. Pernyataan mengenai persepsi resiko

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

1.	Aplikasi Internet banking Bank Syariah memiliki pengendalian untuk melindungi data pribadi nasabah					
2.	Internet Banking Bank Syariah dilengkapi sistem keamanan yang baik					
3.	Internet Banking Bank Syariah					

	jarang mengalami gangguan					
4.	Internet Banking Bank Syariah dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					

E. Pernyataan mengenai minat menggunakan *mobile banking*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Tetap menggunakan Internet Banking Bank Syariah di masa yang akan datang					

2.	Internet banking Bank Syariah sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup saya					
3.	Saya merasa tertarik menggunakan layanan Internet Banking Bank Syariah					
4	Saya akan sering menggunakan failitas layanan Internet Banking Bank Syariah					

Lampiran 3

Data Persepsi Manfaat

NO.	m1	m2	m3	m4	Totalm	y1	y2	y3	y4	Totally
1	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
2	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18
3	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17
4	2	3	3	4	12	5	3	4	4	16
5	5	4	4	4	17	4	5	5	4	18
6	4	5	4	4	17	5	3	4	3	15
7	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
8	4	4	3	3	14	4	4	3	3	14
9	3	2	4	1	10	3	4	3	3	13
10	4	4	4	5	17	3	4	4	3	14
11	4	3	3	4	14	4	3	3	3	13
12	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
13	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19
14	4	3	4	4	15	5	3	4	5	17
15	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
16	4	3	5	4	16	3	4	4	3	14
17	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
18	4	3	4	4	15	3	3	4	3	13
19	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14
20	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
21	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
22	5	4	3	4	16	4	4	5	4	17
23	5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
24	5	5	4	3	17	4	5	4	3	16
25	4	3	4	4	15	4	3	4	3	14
26	5	5	5	4	19	4	5	4	5	18
27	4	3	4	5	16	4	4	4	4	16
28	3	3	4	4	14	3	4	3	4	14
29	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
30	4	4	4	3	15	3	3	4	5	15
31	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
32	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
33	4	4	3	5	16	3	3	5	4	15
34	5	4	3	5	17	3	4	4	4	15
35	5	4	4	3	16	4	5	4	4	17
36	5	4	3	5	17	4	4	3	4	15
37	5	5	5	4	19	3	4	3	4	14

38	1	3	2	3	9	3	2	2	1	8
39	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15
40	5	5	4	3	17	4	2	3	3	12
41	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
42	4	3	5	5	17	4	4	3	5	16
43	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
44	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
45	4	4	4	3	15	4	3	4	3	14
46	5	4	4	5	18	4	3	4	4	15
47	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13
48	3	4	4	5	16	5	4	4	3	16
49	3	3	2	1	9	2	3	1	3	9
50	5	5	5	4	19	4	4	4	3	15
51	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19
52	5	2	4	4	15	4	3	4	2	13
53	5	5	4	3	17	3	4	4	5	16
54	3	3	5	5	16	5	3	3	4	15
55	5	4	4	3	16	4	4	5	5	18
56	4	3	2	3	12	4	3	5	4	16
57	3	2	4	2	11	2	3	1	4	10
58	5	4	3	5	17	5	4	3	5	17
59	5	4	4	4	17	4	3	3	5	15
60	5	4	3	2	14	5	4	3	3	15
61	5	4	5	5	19	4	3	2	3	12
62	5	4	5	4	18	5	4	3	5	17
63	4	4	3	5	16	5	4	4	5	18
64	5	4	5	3	17	5	4	5	4	18
65	5	4	4	4	17	4	3	5	4	16
66	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19
67	5	3	5	4	17	3	4	3	4	14
68	5	4	5	4	18	5	3	3	4	15
69	5	4	4	5	18	5	5	3	5	18
70	5	3	4	4	16	5	4	3	5	17
71	4	5	3	5	17	5	4	5	4	18
72	5	4	5	4	18	5	4	3	3	15
73	5	4	3	4	16	5	4	3	5	17
74	5	3	5	5	18	5	5	5	4	19
75	5	4	3	5	17	5	3	5	5	18
76	5	4	3	5	17	5	5	3	4	17
77	5	4	4	4	17	2	1	5	4	12
78	5	4	5	4	18	3	2	5	4	14
79	5	5	5	5	20	5	3	4	4	16
80	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18

81	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18
82	5	5	4	4	18	4	5	3	3	15
83	5	4	5	3	17	4	4	3	4	15
84	5	4	5	4	18	4	5	5	3	17
85	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
86	5	5	4	4	18	5	3	5	3	16
87	5	4	3	5	17	5	3	5	4	17
88	5	4	4	4	17	5	4	5	3	17
89	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
90	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
91	5	5	4	5	19	5	4	5	3	17
92	5	4	3	5	17	5	5	4	5	19
93	5	4	5	4	18	4	4	5	3	16
94	5	4	4	5	18	5	4	5	2	16
95	5	5	4	3	17	5	3	5	4	17
96	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
97	5	4	5	4	18	2	5	5	4	16
98	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19
99	5	4	5	4	18	5	3	4	3	15
100	5	4	3	4	16	5	4	3	5	17
101	5	5	4	4	18	4	3	4	5	16
102	5	4	3	5	17	5	5	4	3	17

Lampiran 4

Data Persepsi Kepercayaan

NO.	k1	k2	k3	k4	total k	y1	y2	y3	y4	total y
1	2	3	2	3	10	4	5	4	4	17
2	3	3	3	3	12	4	4	5	5	18
3	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17
4	3	3	2	3	11	5	3	4	4	16
5	4	4	3	4	15	4	5	5	4	18
6	4	4	4	5	17	5	3	4	3	15
7	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
8	4	3	4	3	14	4	4	3	3	14
9	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13
10	5	4	3	4	16	3	4	4	3	14
11	4	3	3	4	14	4	3	3	3	13
12	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
13	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19
14	3	4	4	3	14	5	3	4	5	17
15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
16	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14
17	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
18	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13
19	3	3	3	4	13	4	3	4	3	14
20	4	5	3	4	16	4	4	4	5	17
21	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16
22	5	4	3	2	14	4	4	5	4	17
23	4	3	3	5	15	4	4	5	5	18
24	3	2	4	3	12	4	5	4	3	16
25	5	3	4	4	16	4	3	4	3	14
26	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14
29	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
30	3	3	2	4	12	3	3	4	5	15
31	3	4	3	4	14	3	3	3	3	12
32	3	3	3	4	13	5	4	4	4	17
33	4	3	4	4	15	3	3	5	4	15
34	5	4	3	5	17	3	4	4	4	15
35	3	4	3	3	13	4	5	4	4	17
36	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15
37	5	4	4	4	17	3	4	3	4	14
38	2	3	2	3	10	3	2	2	1	8
39	4	4	4	5	17	4	4	3	4	15
40	3	2	4	3	12	4	2	3	3	12
41	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
42	4	5	3	4	16	4	4	3	5	16

43	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
44	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
45	4	4	3	4	15	4	3	4	3	14
46	4	5	4	3	16	4	3	4	4	15
47	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13
48	4	3	3	3	13	5	4	4	3	16
49	4	3	3	4	14	2	3	1	3	9
50	5	5	4	4	18	4	4	4	3	15
51	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19
52	4	3	2	2	11	4	3	4	2	13
53	4	4	5	4	17	3	4	4	5	16
54	3	3	3	4	13	5	3	3	4	15
55	5	4	3	3	15	4	4	5	5	18
56	5	4	3	4	16	4	3	5	4	16
57	4	3	3	5	15	2	3	1	4	10
58	2	3	4	3	12	5	4	3	5	17
59	3	4	4	5	16	4	3	3	5	15
60	5	4	4	5	18	5	4	3	3	15
61	5	5	5	4	19	4	3	2	3	12
62	3	5	3	5	16	5	4	3	5	17
63	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
64	3	3	5	3	14	5	4	5	4	18
65	5	4	5	3	17	4	3	5	4	16
66	5	4	3	4	16	4	5	5	5	19
67	2	3	4	5	14	3	4	3	4	14
68	5	4	4	3	16	5	3	3	4	15
69	5	5	4	3	17	5	5	3	5	18
70	2	4	3	5	14	5	4	3	5	17
71	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18
72	5	3	4	4	16	5	4	3	3	15
73	5	5	3	5	18	5	4	3	5	17
74	3	5	4	5	17	5	5	5	4	19
75	5	5	4	5	19	5	3	5	5	18
76	4	5	3	5	17	5	5	3	4	17
77	5	5	4	5	19	2	1	5	4	12
78	5	4	4	3	16	3	2	5	4	14
79	2	1	3	2	8	5	3	4	4	16
80	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
81	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18
82	4	5	5	5	19	4	5	3	3	15
83	5	5	4	3	17	4	4	3	4	15
84	3	4	4	4	15	4	5	5	3	17
85	5	4	3	5	17	4	4	4	4	16
86	3	4	3	4	14	5	3	5	3	16
87	5	4	5	4	18	5	3	5	4	17
88	5	4	5	4	18	5	4	5	3	17

89	5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
90	3	5	3	1	12	5	4	4	4	17
91	3	4	4	3	14	5	4	5	3	17
92	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19
93	3	3	2	3	11	2	2	3	3	10
94	3	2	3	3	11	3	2	3	2	10
95	2	3	3	2	10	3	3	1	3	10
96	2	3	1	3	9	3	1	3	3	10
97	2	3	2	3	10	2	1	3	3	9
98	3	1	2	3	9	3	2	2	1	8
99	2	1	3	2	8	2	3	2	3	10
100	3	2	1	2	8	3	1	2	3	9
101	2	3	1	3	9	2	3	1	2	8
102	2	1	3	3	9	3	1	2	3	9

Lampiran 5

Data Persepsi Resiko

NO	r1	r2	r3	r4	total k	y1	y2	y3	y4	total y
1	4	5	3	5	17	4	5	4	4	17
2	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
3	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17
4	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16
5	3	4	4	4	15	4	5	5	4	18
6	4	4	4	3	15	5	3	4	3	15
7	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
8	4	4	3	3	14	4	4	3	3	14
9	4	4	3	4	15	3	4	3	3	13
10	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14
11	3	4	3	3	13	4	3	3	3	13
12	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17
13	4	4	5	5	18	5	4	5	5	19
14	4	5	5	4	18	5	3	4	5	17
15	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
16	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14
17	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
18	4	4	3	4	15	3	3	4	3	13
19	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14
20	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
22	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
23	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
24	3	3	4	4	14	4	5	4	3	16
25	3	4	3	3	13	4	3	4	3	14
26	4	4	3	4	15	4	5	4	5	18
27	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
28	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14
29	4	4	2	4	14	5	4	4	4	17
30	3	3	4	3	13	3	3	4	5	15
31	2	1	3	3	9	3	3	3	3	12
32	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
33	3	5	3	3	14	3	3	5	4	15
34	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15
35	4	3	5	4	16	4	5	4	4	17
36	4	4	3	3	14	4	4	3	4	15
37	4	3	4	3	14	3	4	3	4	14
38	3	1	2	3	9	3	2	2	1	8
39	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15

40	4	2	3	3	12	4	2	3	3	12
41	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
42	5	5	4	3	17	4	4	3	5	16
43	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
44	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20
45	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14
46	4	4	4	3	15	4	3	4	4	15
47	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13
48	4	3	3	4	14	5	4	4	3	16
49	3	1	2	3	9	2	3	1	3	9
50	3	4	3	3	13	4	4	4	3	15
51	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
52	3	4	2	4	13	4	3	4	2	13
53	4	5	4	5	18	3	4	4	5	16
54	4	4	3	4	15	5	3	3	4	15
55	3	4	5	4	16	4	4	5	5	18
56	5	4	3	4	16	4	3	5	4	16
57	3	2	3	4	12	2	3	1	4	10
58	3	5	5	5	18	5	4	3	5	17
59	3	5	4	3	15	4	3	3	5	15
60	4	3	5	4	16	5	4	3	3	15
61	5	4	5	4	18	4	3	2	3	12
62	4	3	4	5	16	5	4	3	5	17
63	5	4	4	3	16	5	4	4	5	18
64	4	3	4	5	16	5	4	5	4	18
65	3	3	4	2	12	4	3	5	4	16
66	4	5	3	4	16	4	5	5	5	19
67	4	3	3	4	14	3	4	3	4	14
68	2	4	4	5	15	5	3	3	4	15
69	5	5	4	3	17	5	5	3	5	18
70	5	4	3	5	17	5	4	3	5	17
71	5	5	4	4	18	5	4	5	4	18
72	2	3	3	5	13	5	4	3	3	15
73	3	5	3	4	15	5	4	3	5	17
74	4	4	3	5	16	5	5	5	4	19
75	3	4	4	5	16	5	3	5	5	18
76	5	5	4	3	17	5	5	3	4	17
77	2	1	3	3	9	2	1	5	4	12
78	4	4	4	4	16	3	2	5	4	14
79	5	4	3	4	16	5	3	4	4	16
80	4	5	3	5	17	5	4	5	4	18
81	5	5	5	3	18	5	4	4	5	18
82	4	5	4	5	18	4	5	3	3	15

83	5	3	2	4	14	4	4	3	4	15
84	5	5	4	5	19	4	5	5	3	17
85	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
86	5	4	3	4	16	5	3	5	3	16
87	5	4	4	3	16	5	3	5	4	17
88	5	3	4	4	16	5	4	5	3	17
89	5	5	3	5	18	5	4	4	5	18
90	5	5	4	3	17	5	4	4	4	17
91	5	3	4	5	17	5	4	5	3	17
92	3	4	3	3	13	5	5	4	5	19
93	4	4	3	4	15	4	4	5	3	16
94	5	5	3	4	17	5	4	5	2	16
95	4	3	5	4	16	5	3	5	4	17
96	4	5	3	4	16	5	4	4	5	18
97	5	4	4	3	16	2	5	5	4	16
98	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19
99	2	3	4	3	12	5	3	4	3	15
100	3	5	3	4	15	5	4	3	5	17
101	3	5	4	5	17	4	3	4	5	16
102	3	3	5	4	15	5	5	4	3	17

Lampiran 6

Hasil Analisis Data

Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi manfaat (X1)

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
X1.1	0,767	0,1946	VALID
X1.2	0,694	0,1946	VALID
X1.3	0,640	0,1946	VALID
X1.4	0,686	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi kepercayaan (X2)

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
X2.1	0,803	0,1946	VALID
X2.2	0,798	0,1946	VALID
X2.3	0,751	0,1946	VALID
X2.4	0,704	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Validitas instrumen untuk variabel variabel persepsi resiko (X3)

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
X2.1	0,706	0,1946	VALID
X2.2	0,731	0,1946	VALID
X2.3	0,626	0,1946	VALID
X2.4	0,607	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Validitas instrumen untuk variabel variabel minat (Y)

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel 5% (0,05)	Keterangan
Y1.1	0,649	0,1946	VALID
Y1.2	0,674	0,1946	VALID
Y1.3	0,643	0,1946	VALID
Y1.4	0,655	0,1946	VALID

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil uji reliabilitas

Pertanyaan	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
X1	0,775	0,6	Reliabel
X2	0,804	0,6	Reliabel
X3	0,763	0,6	Reliabel
Y	0,755	0,6	Reliabel

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,82067479
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,044
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil Uji Multikoleniaritas

variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	,735	1,361	Tidak terjadi
X2	,965	1,036	Tidak terjadi
X3	,726	1,378	Tidak terjadi

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Uji Heterokedstis Persepsi Manfaat

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,466	,793		3,111	,002
Persepsi Manfaat	-,059	,047	-,124	-1,251	,214

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Uji Heterokedstis Persepsi Kepercayaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,934	,420		4,600	,000
Persepsi Kepercayaan	-,048	,028	-,169	-1,710	,090

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Uji Heterokedstis Presepsi Resiko

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,144	,714		3,002	,003
Persepsi resiko	-,061	,046	-,133	-1,344	,182

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	304,198	3	101,399	45,837	,000 ^b
	Residual	216,792	98	2,212		
	Total	520,990	101			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), resiko, kepercayaan, persepsi manfaat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil uji R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 ^a	,584	,571	1,487

a. Predictors: (Constant), resiko, kepercayaan, persepsi manfaat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,846	1,357		1,361	,177		
	persepsi manfaat	,324	,079	,313	4,117	,000	,735	1,361
	kepercayaan	,014	,052	,018	,265	,791	,965	1,036
	resiko	,555	,077	,551	7,208	,000	,726	1,378

a. Dependent Variable: minat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,846	1,357		1,361	,177
	x1_manfaat	,324	,079	,313	4,117	,000
	x2_kepercayaan	,014	,052	,018	,265	,791
	x3_resiko	,555	,077	,551	7,208	,000

a. Dependent Variable: y_minat

Sumber : data diolah dari SPSS 23

Lampiran 8

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : M. Izzuddin AlQosam
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat dan Tanggal Lahir : Boyolali, 20 November 1996
No. Telp : 082247246718
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Pucangan RT 01/ RW 01, Ngrambe, Ngawi

Pendidikan Formal :

1. TK Perwanida Ngawi
2. MI Gedoro Ngawi
3. MTS Annajihah Babussalam Madiun
4. MA Al Mukmin Surakarta
5. IAIN Surakarta