

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,  
PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT MUSLIM KARANGANYAR  
DALAM MENGGUNAKAN FLIP.ID**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**Amalia Vinka Hidayati  
NIM.19.52.31.179**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2023**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,  
PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT  
MASYARAKAT MUSLIM KARANGANYAR  
DALAM MENGGUNAKAN FLIP.ID**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**Amalia Vinka Hidayati  
NIM.19.52.31.179**

**Surakarta, 10 April 2023**

**Disetujui dan disahkan oleh:**

**Dosen Pembimbing Skripsi**



**Dr. Waluyo, Lc., M.A  
NIP. 19790910 201101 1 005**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum wr wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : AMALIA VINKA HIDAYATI  
NIM : 195231179  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM KARANGANYAR DALAM MENGGUNAKAN FLIP.ID”**

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagai mestinya.

*Wassalamu'alaikum wr wb*

Surakarta, 10 April 2023



Amalia Vinka Hidayati

## **SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : AMALIA VINKA HIDAYATI  
NIM : 195231179  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait Skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM KARANGANYAR DALAM MENGGUNAKAN FLIP.ID”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data melalui penyebaran quisoner yang sesuai dengan variabel penelitian yang digunakan. Apabila di kemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 10 April 2023



Amalia Vinka Hidayati

Dr. Waluyo, Lc., M.A  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Sdri : Amalia Vinka Hidayati

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said  
*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Amalia Vinka Hidayati NIM: 19.52.31.179 yang berjudul :

**“PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM KARANGANYAR DALAM MENGGUNAKAN FLIP.ID”**Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya pemohononan ini disampaikan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 10 April 2023



Dr. Waluyo, Lc., M.A  
NIP. 19790910 201101 1 005

## PENGESAHAN

### **PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM KARANGANYAR DALAM MENGGUNAKAN FLIP.ID**

Oleh:

**AMALIA VINKA HIDAYATI**  
**19.52.31.179**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Senin tanggal 08 Mei 2023 M / 17 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I  
NIP. 19870828 201403 1 002

Penguji II  
Fuad Hasyim, M.E.K  
NIP. 19890316 201801 1 003


Penguji III  
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.  
NIP. 19890615 202012 1 006



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



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

## **MOTTO**

Jika kau merasa hidupmu gelap dan semua pintu tertutup, ingatlah bahwa pintu yang tertutup tidak selalu terkunci, jangan menyerah dan upayakan lagi.

**-Mario Teguh-**

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur”.

**(QS Yusuf: 87)**

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan do'a, karya sederhana ini untuk :

Orang yang sangat spesial di hidupku yaitu Bapak dan Ibu tercinta, yang selama ini telah memberikan yang terbaik dengan dukungan, semangat, kasih sayang, serta do'a yang senantiasa di berikan setiap waktu

Adikku tercinta, yang telah rela memberikan waktu dan dorongan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir

Teman-teman angkatan 19 prodi perbankan syariah, yang selalu memberikan semangat untuk terus bangkit dan berusaha

Dosen Pembimbing tugas akhirku yaitu bapak Dr. Waluyo, Lc, MA, terimakasih atas ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terimakasih atas didikan dan pengalaman yang sangat berarti bagi penulis

Almamaterku

Terimakasih ....



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

*Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillahirobbil'alamin.* Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan dan melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya setiap waktu. Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan mulia kita Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapat syafa'atnya di dunia dan di akhirat. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Dalam Menggunakan Flip.id”**.

Skripsi yang disusun bertujuan untuk memenuhi tugas sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi serta untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) dalam Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Semoga dikemudian hari skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk semuanya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini telah mendapat doa, bantuan, bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

3. Budi Sukardi, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Usnan, S.E.I., M.E.I selaku sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I Selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
7. Dr. Waluyo, Lc, MA Selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya, memberikan masukan, memberikan bimbingan serta memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi
9. Seluruh Staf dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bantuan dalam kegiatan akademik.
10. Bapak, ibu, adik, dan keluarga besar yang telah mendukung dan mendo'akan dalam menjalankan penelitian ini hingga penulis dapat menjalankan penelitian ini dengan lancar
11. Masyarakat Muslim Kabupaten Karanganyar yang sudah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi quisoner penelitian ini

12. Sahabat-sahabatku yang selalu mendukung dan menyemangati untuk menyelesaikan tugas akhir, serta teman-teman perbankan syariah angkatan 2019 yang sudah memberikan banyak pengalaman dalam menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Raden Mas Said Surakarta

Penulis juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam mengerjakan skripsi ini, oleh karena itu diharapkan saran dan kritik yang dapat menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada seluruh pihak.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 21 Februari 2023

## **ABSTRAK**

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini terdapat fenomena yang terjadi yaitu meskipun banyak keuntungan yang di dapat dari layanan flip.id, namun pada kenyataanya masih ditemukan kendala pada saat bertransaksi. Sehingga, keinginan masyarakat untuk menggunakan flip.id sangat sedikit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id. Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari quisoner. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan quota sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id.

Kata Kunci: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, kepercayaan

## **ABSTRACT**

Based on the data from the findings in this study, there is a phenomenon that occurs, namely, even though there are many benefits that can be obtained from the flip.id service, in reality there are still problems when making transactions. Thus, the public's desire to use flip.id is very small. This study aims to determine whether perceptions of usability, perceived ease of use, promotion, and trust affect the interest of the Karanganyar Muslim community in using flip.id. The data used is primary data derived from the quisoner. The research method used is quantitative research with a total sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used quota sampling. The results of this study indicate that perceived usefulness, perceived ease of use, promotion, and trust have a positive effect on the interest of the Karanganyar Muslim community in using flip.id.

Keywords: perceived usefulness, perceived of ease, promotion, trust

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS .....	v
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR GRAFIK.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN .....	2
1.1 Latar belakang .....	2
1.2 Identifikasi Masalah .....	13

1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Rumusan Masalah .....	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	16
2.1.2 Persepsi Kegunaan.....	17
2.1.3 Persepsi Kemudahan.....	19
2.1.4 Promosi.....	21
2.1.5 Kepercayaan.....	24
2.1.6 Minat Menggunakan.....	27
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
2.3 Kerangka Berfikir.....	38
2.4 Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian .....	44
3.2 Jenis Penelitian .....	44
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel .....	45

3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel .....	45
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	46
3.4 Data Dan Sumber Data.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.6 Penggunaan Skala dalam Kuisioner .....	49
3.7 Variabel Penelitian .....	50
3.8 Definisi Operasional Variabel .....	51
3.9 Teknik Analisis Data .....	52
3.9.1 Uji Instrumen .....	52
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.9.3 Uji Ketetapan Model.....	56
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
3.9.5 Uji Hipotesis (Uji t) .....	58
<b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Penelitian .....	59
4.1.1 Gambaran Profil Flip.id .....	59
4.1.2 Gambaran Umum Penelitian.....	60
4.1.3 Deskripsi Data.....	61
4.1.4 Deskripsi Data Respoden.....	62



4.1.5 Deskripsi Tanggapan Responden.....	66
4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	69
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	69
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	72
4.2.3 Hasil Ketetapan Model .....	76
4.2.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	78
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	80
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data .....	81
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.....	81
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.....	83
4.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip. ....	85
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.....	86
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	89
5.3 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA .....	91
----------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert .....	50
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Muslim di Kabupaten Karanganyar.....	61
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Asal Daerah .....	62
Tabel 4. 3   Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	64
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan .....	65
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji F(Simultan).....	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	78
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Uang Elektronik Beredar .....	4
Gambar 1. 2 Data Jumlah Pengguna, Rating dan Ulasan Flip.id .....	7
Gambar 2. 1 Model Technology Acceptance Model (TAM).....	16
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	39
Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Karanganyar .....	60
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Dengan P-P Plot.....	72
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot.....	75

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 4. 1	Tanggapan Responden Terhadap Promosi .....	66
Grafik 4. 2	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan.....	67
Grafik 4. 3	Tanggapan Reponden Terhadap Persepsi Kegunaan.....	68
Grafik 4. 4	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan.....	68
Grafik 4. 5	Tanggapan Responden Terhadap Minat Menggunakan .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	98
Lampiran 2 Quisoner Penelitian.....	99
Lampiran 3 Hasil Data Quisoner.....	104
Lampiran 4 Bukti Minat Penggunaan Flip.id.....	119
Lampiran 5 Hasil Output SPSS.....	121
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	135
Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi.....	136

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Perkembangan teknologi di Indonesia berkembang pesat dari tahun ke tahun, sehingga dapat membantu organisasi dalam mengembangkan potensi bisnisnya masing-masing. Akses informasi semakin mudah dan cepat berkat teknologi yang berdampak pada peningkatan interaksi dengan orang lain untuk memperoleh informasi baru. Hal ini berpengaruh terhadap perkembangan alat komunikasi dan teknologi yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dalam kegiatan sosial dan ekonomi contohnya kegiatan transaksi keuangan. Salah satu bentuk perkembangan teknologi saat ini yaitu financial technology, yang dapat diartikan teknologi inovasi dalam layanan transaksi keuangan (Kurniawati et al., 2017).

Bentuk dari perkembangan teknologi ini memiliki tujuan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan secara baik, efisien, dan mudah, sehingga bisa menarik minat masyarakat luas. Dengan fitur teknologi yang semakin canggih dan bisa diakses melalui media seluler internet tentu memberikan banyak manfaat dari penggunaan teknologi informasi tersebut. Manfaat dari berkembangnya teknologi ini menjadi suatu kebutuhan yang mendukung sektor transaksi, perbankan dan lainnya. Pemanfaatan teknologi harus dilakukan dengan tepat untuk meminimalisir resiko yang terjadi, seperti operasional dan resiko lainnya (Hadi & Novi, 2015).

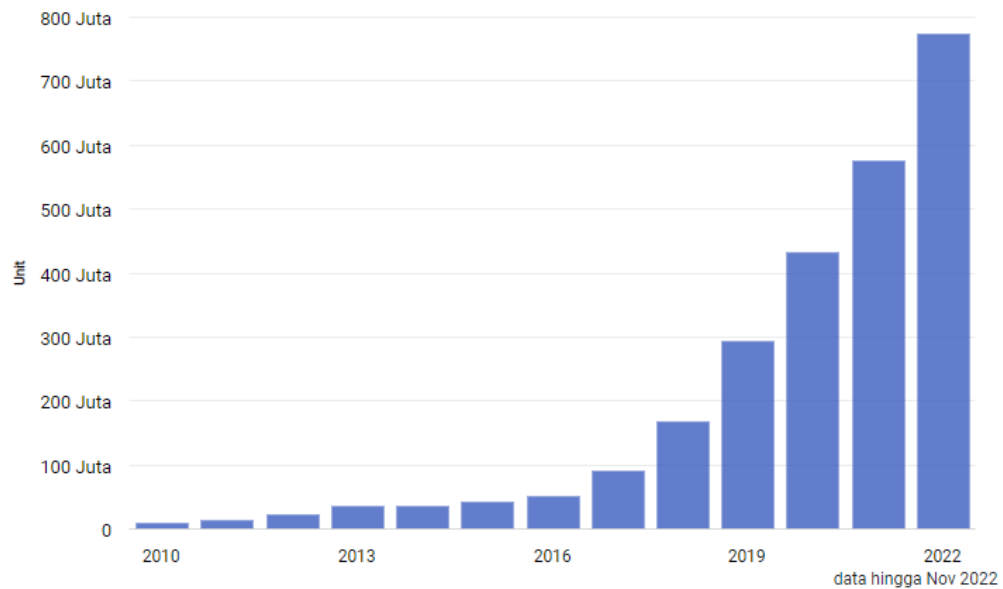
Di Indonesia saat ini diprediksi dapat mempunyai potensi manfaat yang sangat besar dalam penggunaan teknologi digital. Ditandai dengan meningkatnya pendapatan dan berkembangnya layanan bagi masyarakat banyak sebagai pengguna teknologi informasi. Perusahaan *fintech* tidak hanya membentuk suatu produk yang hanya dapat digunakan saja, akan tetapi perusahaan harus memiliki suatu produk yang bermanfaat dan memiliki kesan baik dalam kegiatan masyarakat. Hingga saat ini banyak perusahaan tidak hanya membuat suatu produk akan tetapi perusahaan akan memperhatikan kepuasan pengguna dalam penggunaan produk (Saptari et al., 2018). Hal ini menandakan bahwa di Indonesia banyak pengguna teknologi digital seperti penggunaan uang elektronik untuk memenuhi dan membantu kegiatan sehari-hari.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, jumlah transaksi uang elektronik yang terjadi dari tahun 2016 ke 2017 meningkat sebanyak 260,186,581 kali transaksi atau 38% lebih banyak dari tahun sebelumnya. Menurut data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhadap survei pengguna internet Indonesia pada tahun 2017, total pengguna internet yang menyadari bahwa data mereka dapat dicuri sebanyak 65,98% (idEA, 2017). Dapat diketahui bahwa, walaupun tingkat kesadaran dari masyarakat terhadap pencurian data semakin tinggi, penggunaan dari uang elektronik tidak mengalami penurunan.

Pertumbuhan Jumlah Uang Elektronik di Indonesia sampai dengan Tahun 2022 ini dapat digambarkan sebagaimana berikut :



Gambar 1. 1  
Pertumbuhan Jumlah Uang Elektronik Beredar



Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Berdasar pada grafik diatas dari jumlah uang beredar di tahun 2010 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan. Munculnya *marketplace* atau tempat belanja secara online dan begitu banyaknya pembayaran digital akibat bermunculannya *marketplace-marketplace* yang ada memicu terjadinya peningkatan penggunaan uang elektronik di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa pembayaran digital menjadikan penggunaan uang elektronik semakin meningkat, yang mana hingga November 2022 uang elektronik yang beredar mencapai 772,57 juta. Sehingga sistem ekonomi digital Indonesia sudah mulai menunjukkan perkembangan yang signifikan. Ekonomi digital yang tumbuh secara signifikan ini, juga berdampak pada perubahan kebiasaan perilaku masyarakat yang beralih dan memilih untuk

melakukan transaksi secara digital. Pertumbuhan ekonomi digital menunjukkan angka peningkatan yang pesat dan diprediksi akan terus meningkat.

Industri *Financial technology* menunjukkan kemajuan dengan laju yang pesat dan mampu mencakup segala aspek kehidupan di masyarakat. Mengingat bahwa sistem pembayaran dalam sektor keuangan menjadi komponen paling utama dalam perekonomian, seperti pembayaran yang terjadi pada sektor perbankan dan juga sektor lain yang masih berkaitan dengan dunia keuangan (Rahmadanila et al., 2022). *Financial technology* dijadikan sebagai model bisnis yang awalnya melakukan kegiatan pembayaran langsung sekarang beralih ke pembayaran nontunai, namun tidak perlu khawatir karena pembayaran hanya akan membutuhkan waktu beberapa menit saja dan tentunya bisa dilakukan dalam jarak jauh dimana saja dan kapan saja.

Startup lokal hasil kreatifitas anak bangsa yang berada dibawah PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk transfer antar bank tanpa dan bebas biaya administrasi yaitu Flip.id. Aplikasi tersebut akan dijadikan sebagai sebuah upaya untuk masyarakatnya guna memanfaatkan layanan transfer tanpa biaya admin. Flip.id yang dijadikan sebagai jembatan untuk melakukan kegiatan transaksi antar bank satu dengan bank lain yang berbeda sudah memperoleh lisensi dari Bank Indonesia (Sahroni, Hasanah, Rijal Arifin, et al., 2022)

Secara umum masyarakat yang melakukan transfer beda bank mengeluh karena adanya masalah biaya admin yang diberikan oleh bank-bank di Indonesia.

Setiap melakukan transfer akan dikenakan Rp 6.500 sebagai biaya admin beda bank, dimana akan menjadikan permasalahan utama bagi masyarakat yang sering melakukan belanja online. Disamping itu juga para penjual online memiliki rekening yang berbeda satu sama lain dan yang sering digunakan yakni bank konvensional sehingga bank syariah juga terkena biaya admin ketika melakukan transfer (Wibowo et al., 2015)

Banyak masyarakat muslim di wilayah Kabupaten Karanganyar mengeluhkan biaya tranfer antar bank yang berbeda dengan biaya cukup besar, seperti halnya seorang pelajar atau mahasiswa yang hendak akan membeli barang melalui *online shop*. Ketika penjual mempunyai rekening berbeda dengan pembeli maka secara tidak langsung pembayaran yang dilakukan akan bertambah dengan biaya admin. Dengan demikian masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar menjadi responden yang dijadikan sumber data penelitian, karena masyarakat muslim Karanganyar beralasan bahwa transfer beda bank akan menjadi sebuah masalah. Dan adanya aplikasi flip.id membuat proses transaksi cukup mudah serta akan mendapat keuntungan dari kode unik yang diterima pada transaksi sebelumnya

Perusahaan *fintech* dengan aplikasi flip.id mengalami pertumbuhan di dalam bidang transfer uang atau dana , flip.id menunjukkan bahwa perusahaannya sudah membuat suatu inovasi dan juga ide kreatif, yang mana dalam melakukan pengiriman dana tidak lagi dikenakan biaya. Aplikasi flip.id menjadikan proses transfer tanpa dikenakan beban biaya administrasi bank sehingga sangat digemari

dan banyak diunduh oleh para pengguna (Jhody, 2020). Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1. 2  
Data Jumlah Pengguna, Rating dan Ulasan Flip.id



Sumber : Google Playstore, 2023.

Berdasarkan data yang diambil dari google playstore, aplikasi Flip.id sudah diunduh oleh 10 juta pengguna hingga April tahun 2023, dengan rating 4.4 dari 5.0, dan telah diulas oleh 448.000 pengguna. Hal tersebut tentu menandakan bahwa aplikasi flip.id sangat diminati oleh banyak pengguna. Terdapat juga beberapa ulasan seperti gambar di atas, bahwa pengguna merasa senang akan penggunaan

flip.id, akan tetapi juga masih terdapat kendala atau masalah yang terjadi pada flip.id.

Banyak calon pengguna yang saat ini mulai tertarik dengan fitur yang ada di aplikasi Flip.id, salah satunya aplikasi flip.id saat ini sudah menyediakan 11 pilihan bank berbeda yang dapat digunakan untuk transfer. 11 daftar bank yang dapat digunakan antara lain BRI, BCA, BNI, Mandiri, Bank Syariah Indonesia, CIMB Niaga/CIMB Niaga Syariah, Muamalat, BTPN/BTPN Wow/Jenius, Permata, Digibank/DBS, dan Danamon/Danamon Syariah (C. S. Flip).

Selain dapat digunakan untuk transfer berbeda bank dengan tujuan transfer bank konvensional, flip.id juga dapat digunakan untuk transfer dengan tujuan bank syariah. Flip.id juga tidak hanya digunakan sebagai transfer antar bank yang sama ataupun berbeda, aplikasi flip.id tentu dapat juga digunakan untuk top up *e-wallet* seperti, DANA, OVO, GoPay, LinkAja dan ShopeePay. Efektifnya aplikasi ini membuat pengguna tetap menggunakan aplikasi ini dan membuat calon pengguna mulai tertarik untuk menggunakan.

Promosi dijadikan sebagai rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk. Kegiatan promosi dilakukan penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan membujuk mereka untuk membeli dan mengingatkan kembali konsumen lama agar melakukan pembelian ulang (Inggiharti, 2020). Promosi aplikasi flip dilakukan dengan berbagai penawaran yang sangat menarik. Kegiatan promosi berupa voucher, kupon dan juga cashback lainnya, yang menjadikan banyak pengguna memilih menggunakan aplikasi flip.id (Flip, 2023).

Masyarakat menggunakan aplikasi flip.id karena mengetahui promosi yang dilakukan secara online diberbagai media sosial, sehingga mereka kemudia akan mengunduh dan menggunakannya. Namun, juga masih ditemukan beberapa masyarakat yang kurang tahu tentang aplikasi flip.id tersebut (Fadillah et al., 2022). Hal itu disebabkan karena promosi yang dilakukan flip.id hanya dilakukan secara online dan tidak secara langsung, sehingga tidak semua masyarakat mengetahui mengenai aplikasi flip.id.

Keberhasilan penggunaan teknologi yang berbasis informasi salah satunya aplikasi flip, karena kepercayaan masyarakat terhadap aplikasi flip.id. Kepercayaan pengguna akan menjadikan pengguna melakukan penggunaan ulang aplikasi flip.id Selain itu, kepercayaan juga sangat menentukan dan menjadi pertimbangan dalam penggunaan suatu teknologi. Kepercayaan adalah keinginan satu pihak untuk mendapatkan perlakuan dari pihak lainnya dengan harapan bahwa pihak lainnya akan melakukan tindakan penting untuk memenuhi harapan tersebut, terlepas dari kemampuannya untuk memonitor atau mengontrol pihak lain (Inggiharti, 2020).

Kepercayaan dijadikan faktor kunci dalam kegiatan transaksi bisnis internet karena transaksi yang dilakuka secara online akan tunduk pada ketidakpastian akibat kesalahan yan disebabkan akan faktor non manusia. Jika ditemukan kebocoran data pribadi dari situs web yang tidak bijaksana dapat mengakibatkan ketidakpercayaan pengguna terhadap sistem. Ketidakpercayaan nantinya akan menjadikan efek negatif terhadap minat penggunaan kembali suatu sistem (Fadillah et al., 2022).

Penelitian ini, menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM), dimana teori ini digunakan untuk mengetahui faktor penyebab diterimanya suatu sistem informasi. Teori ini menjelaskan mengenai alasan diterimanya atau tidak sebuah teknologi informasi dengan menggunakan dua faktor, yaitu kegunaan yang dirasakan dan kemudahan yang dirasakan (Jogiyanto, 2007).

Penggunaan aplikasi flip.id memiliki berbagai kegunaan seperti kegiatan transfer dana antarbank yang berbeda tanpa adanya biaya (Ratriani, 2023). Dengan adanya layanan flip.id ini membuat orang atau nasabah mendapat suatu informasi transfer secara hemat dan efektif, karena bisa mengurangi waktu atau jeda transfer yang dilakukan nasabah. Disuatu sisi juga bermanfaat untuk bank, seperti memudahkan nasabah yang melakukan transfer tanpa harus datang langsung ke bank dan juga mengurangi tugas pekerjaan seorang karyawan bank khususnya teller dan customer service (Novita & Helena, 2021).

Meskipun flip.id menjadi salah satu layanan jasa yang menyediakan jasa transfer uang tanpa biaya atau gratis, masih terdapat ulasan kritik oleh REV Story yang memberikan ulasan penilaian melalui platform google playstore. Penilaian diunggah pada 08 Maret 2023, menjelaskan bahwa “Transfer dari rekening bank dan saldo flip tetap saja mesti menunggu 2-3 hari, niatnya mau bebas biaya transfer malah buang waktu transfer pake flip. Sudah 2x kejadian seperti ini, CS hanya bilang mohon maaf atas ketidaknyamanannya dan mohon menunggu 2-3 hari. Sama saja tidak ada solusi”. Layanan flip.id yang dikenal dengan berbagai kegunaan seperti gratisnya biaya transfer antar bank, ternyata masih terdapat beberapa

kendala yang menjadikan pengguna komplain karena proses transfer yang dilakukan ternyata lebih lama.

Selain persepsi kegunaan, persepsi kemudahan juga dijadikan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi flip.id. Selain digunakan untuk mengirim uang flip.id juga mempunyai beberapa fitur layanan seperti: Flip Globe, Pulsa, Listrik, Pembelian Data dan Refund. Semua fitur layanan diatas memudahkan seseorang untuk membeli apa yang dibutuhkan. Bank Indonesia mendorong Kabupaten Karanganyar agar melakukan digitalisasi keuangan untuk proses transaksi keuangan agar seluruh masyarakat Kabupaten Karanganyar bisa merasakan kemudahan dalam bertransaksi secara digital (Ludiyanto, 2021). Walaupun penggunaan mudah, saat melakukan verifikasi akun flip.id rawan terjadi kegagalan (Flip, 2023). Selain beberapa fenomena yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini juga diperkuat dengan adanya *research gap* penelitian terdahulu.

Terdapat *research gap* perbedaan penelitian terdahulu. Pada penelitian Sahroni, Hasanah & Rijal Arifin (2022) menyatakan adanya pengaruh antara persepsi kegunaan dengan minat. Apabila seseorang menggunakan suatu sistem teknologi yang masih baru dan didapat dari pengaruh sikap yakin, maka akan semakin banyak orang menggunakan sistem teknologi. Sedangkan, hasil riset Rakhmawati & Isharijadi (2013) menyatakan tidak adanya pengaruh diantara persepsi kegunaan terhadap minat seseorang dalam menggunakan layanan keuangan digital. Karena, dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa responden merasa kurang akan pengetahuan dan sosialisasi pada kegunaan atau kemanfaatan



sistem teknologi. Sehingga, menyebabkan seseorang merasa kurang puas dan merasa khawatir dengan penggunaan sistem teknologi tersebut.

Penelitian Agata (2022) menyatakan adanya pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan flip.id. Persepsi kemudahan ialah sikap keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi mudah dipelajari, dipahami dan digunakan. Jika, kemudahan sistem teknologi semakin meningkat minat dalam penggunaan sistem teknologi akan meningkat. Sedangkan, pada penelitian Farizi (2021) menyatakan tidak ada pengaruh diantara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hal ini dikarenakan, faktor kemudahan belum dirasakan oleh penggunanya. Faktor tersebut berupa keamanan dan privasi dari sebuah sistem yang dirasa kurang meskipun kemudahan tetap dirasakan. Sehingga, menyebabkan seseorang kurang minat dalam menggunakan sistem teknologi.

Penelitian Faridhal (2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Promosi yang disertai banyak promo akan berpengaruh terhadap masyarakat dalam menggunakan sistem teknologi. Sedangkan, pada penelitian Zulqurnain (2017) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap penggunaan sistem teknologi. Dikarenakan, bahwa para penerbit *e-money* kurang baik dalam melakukan promosi. Sehingga, menyebabkan masyarakat atau responden tidak dapat menjangkau luas sistem teknologi dan menurunkan minat seseorang dalam menggunakan sistem teknologi.

Penelitian Septika (2018) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id. Kepercayaan sangat penting dalam meyakinkan seseorang untuk menggunakan flip.id, karena semakin tinggi kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi, maka semakin besar minat masyarakat untuk menggunakan sistem teknologi tersebut. Sementara itu di penelitian Farida (2016) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *e-banking*. Hal ini dikarenakan bahwa seseorang belum percaya akan pentingnya sistem teknologi yang bisa meningkatkan loyalitas nasabah dan memberikan minat bertransaksi yang tinggi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori TAM yang berbeda dengan penelitian sebelumnya menggunakan teori TAM dan TRA, dan menambahkan variabel promosi untuk sampel yang digunakan berbeda dari penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini dilakukan di Karanganyar.

Penelitian ini dilakukan karena belum banyak peneliti yang melakukan penelitian terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan layanan tranfer diaplikasi flip.id. Dengan adanya gambaran latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Flip”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari konteks di atas, masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini meliputi:

1. Masih terbatasnya pengguna flip.id di wilayah Karanganyar khususnya pada masyarakat muslim
2. Kurangnya rasa percaya untuk menggunakan flip.id, karena masih belum merasakan kegunaan dan kemudahannya

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan empat variabel, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, dan kepercayaan.
2. Objek penelitian yang diteliti yaitu aplikasi flip.id
3. Analisis yang dilakukan berdasarkan data dari questioner yang telah di buat dan di bagikan terhadap respon penelitian di wilayah Karanganyar

### **1.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id.
2. Untuk mengetahui Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id.
3. Untuk mengetahui Promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id.
4. Untuk mengetahui Kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar menggunakan aplikasi flip.id.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengembangan ilmu yang diteliti dari segi teoritis minat menggunakan flip.id. Manfaat teoritis ini berfungsi untuk menjelaskan pengembangan tentang hubungan antar variabel-variabel promosi, kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan wawasan bagi para masyarakat dengan melihat bahwa peluang dalam minat menggunakan aplikasi flip.id. Manfaat praktis dibagi menjadi 3 dalam penelitian ini, antara lain:

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman, serta mengimplementasikan pengetahuan peneliti.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya hingga memberikan pengetahuan lebih detail lagi tentang minat menggunakan flip.id.

c. Bagi pengguna flip.id

Manfaat bagi pengguna aplikasi flip.id yaitu dapat memberikan evaluasi terhadap hasil data yang sudah diteliti. Harapannya aplikasi flip.id dapat memberikan layanan yang lebih sempurna lagi.

### **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam penelitian ini, penulis membagi pembahasan menjadi lima sistematika pembahasan, yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan mencakup latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori berisi penjelasan tentang teori Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, kepercayaan, minat menggunakan, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian mencakup waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan data, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, penggunaan skala, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Hasil penelitian antara lain mencakup gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisa, serta pembahasan hasil analisa data.

### **BAB V PENUTUP**

Penutup berisi tentang uraian kesimpulan hasil dari penelitian, keterbatasan masalah penelitian, dan saran.

## BAB II

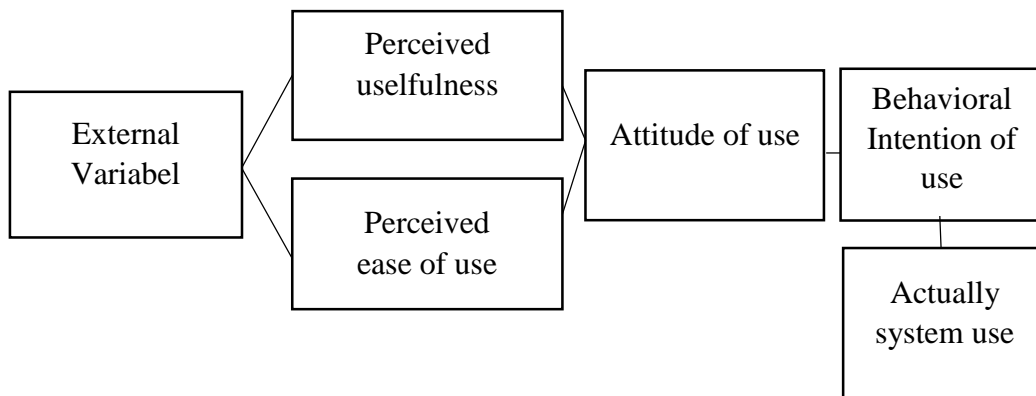
### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

TAM merupakan teori yang dikembangkan oleh Davis F.D. Teori ini membantu seseorang untuk memahami dan menjelaskan sikap konsumen yang memakai sistem teknologi informasi. (A. Gunawan, 2014). Berikut merupakan model TAM yang diperkenalkan oleh Davis (1989):

Gambar 2. 1  
Model Technology Acceptance Model (TAM)



Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa menunjukkan hubungan antar konstruk dalam model TAM. TAM juga menyatakan bahwa perceived ease of use mempengaruhi perceived usefulness, karena sesuatu yang lebih mudah digunakan dipersepsikan akan lebih berguna.

Dalam teori TAM yang diungkapkan oleh Davis dalam (Jayani & Ruffaida, 2020) bahwa TAM merupakan suatu konsep yang dianggap paling baik dalam menjelaskan pengguna atau masyarakat terhadap perkembangan teknologi yang

baru. Sehingga model ini paling tepat ketika menjelaskan tentang teknologi baru kepada pengguna. Faktor TAM yang diungkapkan oleh Davis meliputi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi penentu dasar penerima pengguna, selanjutnya digunakan untuk menambahkan variabel baru dan mengetahui lebih rinci mengenai variabel tersebut serta dapat mempengaruhi niat keinginan pengguna (Syahril & Rikumahu, 2019)

Teori TAM ini salah satu adaptasi dari TRA yang dahulunya dikenalkan oleh Ajzen dan Fishbein sekitar tahun 1980. Adanya perkembangan ini teori TAM memiliki tujuan untuk memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Model TAM pada penerimaan pengguna sistem informasi ditentukan oleh beberapa konstruk yaitu, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap menggunakan, perilaku dan kondisi. Dalam penelitian ini menggunakan dua konstruk yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan (Mubiyantoro & Syaefullah, 2015)

### **2.1.2 Persepsi Kegunaan**

#### **1. Pengertian Kegunaan**

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu ukur tingkat kepercayaan dimana teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Mufiah, 2019). Persepsi kegunaan didefinisikan sejauh mana tingkat percaya seseorang dengan menggunakan system teknologi tersebut akan memberikan manfaat bagi penggunanya dalam meningkatkan kinerjanya (Brier & lia dwi jayanti, 2020).



Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kegunaan merupakan kepercayaan seseorang dalam menggunakan system teknologi bisa meningkatkan produktivitas dan kinerja pada saat memanfaatkan layanan tersebut. Artinya, Apabila seseorang dapat percaya dengan adanya sistem flip.id maka minat seseorang dalam menggunakan flip.id akan banyak karena adanya manfaat yang optimal yang akan diperoleh pengguna setelah menggunakan layanan dari flip.id. atau mungkin dari faktor keamanan yang membuat data menjadi aman.

Agama islam mengajarkan bahwa suatu hal yang dilakukan dengan niat pasti akan memunculkan hasil yang baik dan bermanfaat. Begitu juga dengan seseorang yang menggunakan flip.id untuk transfer antar bank dengan niat baiknya, pasti akan tertarik dan akan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Indikator Kegunaan

Menurut Fadlan (2018) pada penelitiannya Terdapat beberapa indikator persepsi kegunaan, yaitu:

### a. Meningkatkan Produktivitas

Sikap mental selalu mempunyai pandangan bahwa individu akan tambah dalam meningkatkan produktifitasnya di suatu kegiatan agar menjadi lebih baik.

### b. Lebih Efektif

Teknologi dapat membantu seseorang dalam meningkatkan efektivitas pada suatu pekerjaan yang dilakukan sehari-hari.

c. **Membuat Pekerjaan Lebih Cepat**

Dengan menggunakan suatu teknologi atau sistem tertentu dapat membantu mempercepat pekerjaan individu serta menghemat waktu dalam bekerja.

d. **Sangat Bermanfaat**

Seseorang akan percaya bahwa teknologi tertentu bisa dimanfaatkan untuk menambah prestasi kerja atau kegiatan yang dilakukan.

### **2.1.3 Persepsi Kemudahan**

1. **Pengertian Kemudahan**

Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan sistem informasi yang dirancang untuk memudahkan seseorang dengan tidak memerlukan usaha keras (Brier & Irdi Jayanti, 2020). (Carin et al., 2018) menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna pada sistem juga dapat menunjukkan kemudahan kegunaan. Sistem teknologi yang umum digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan mudah dipahami.

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa kemudahan pengguna mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga. Dalam hal ini kemudahan melakukan transfer beda bank tidak harus dengan usaha yang keras. Hal ini memudahkan bahwa flip.id mampu memberi kepraktisan bagi penggunaannya. Sehingga pengguna flip.id akan percaya jika teknologi memiliki kemudahan dalam pemakaiannya.

Persepsi kemudahan juga merupakan salah satu nilai penting dalam islam. Seperti yang di jelaskan dalam Al Qur'an:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (5) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

(6)

*“Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.” Q.S Al-Insyirah: 5-6*

Dalam ayat tersebut dapat ditafsirkan bahwa di dalam kesulitan pasti ada kemudahan. Bahkan ketika menggunakan flip.id untuk transfer uang, diperbolehkan jika itu tidak sangat menyulitkan dan tidak melanggar aturan islam. Kemudahan penggunaan seharusnya memudahkan pengguna untuk memenuhi kebutuhannya.

## 2. Indikator Kemudahan

Daviis et all dalam (Agustina & Arief, 2015) pada penelitiannya mengidentifikasi indikator yaitu:

### a. Mudah Dipelajari

Tingkat sejauh mana sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seseorang, dalam e-commerce ini mengacu pada sebuah website yang nantinya akan digunakan seseorang untuk mengakses sehari-hari.

### b. Mudah Digunakan

Kemudahan sebuah sistem untuk dioperasikan, hal ini mengacu terhadap sebuah website atau aplikasi yang mudah dijalankan oleh individu.

c. Pengguna Yang Fleksibel

Kegunaan secara keseluruhan yang telah dimiliki oleh sistem, sehingga membuat pengguna dapat merasakan kemudahan atau fleksibel ketika menjalankan website.

d. Jelas Dan Mudah Dimengerti

Menjelaskan sejauh mana tingkat sebuah sistem yang memiliki ruang lingkup e-commerce, sehingga dapat mengacu pada sebuah website yang terdapat konten dan mudah dipahami oleh pengguna.

#### **2.1.4 Promosi**

1. Pengertian Promosi

Menurut Islamiah et al., (2020) Promosi merupakan suatu aktivitas atau strategi untuk mengajak seseorang dalam menggunakan sebuah produk atau jasa. Strategi pemasaran di era digital saat ini yaitu dengan mempromosikan produk menggunakan media online, seperti instagram, web, dan lain sebagainya.

Promosi adalah suatu kegiatan yang menawarkan produk kepada pelanggan (Aisyah, 2007). Promosi bertujuan untuk memberikan informasi kepada seseorang agar tertarik menggunakan aplikasi flip.id, ketertarikan tersebut akan mempengaruhi masyarakat dalam melakukan transaksi di flip.id, dan meningkatkan kembali penggunaannya.

Promosi yang diajarkan Rasulullah SAW. dengan menggunakan prinsip personal selling, iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Penggunaan media untuk promosi dibolehkan berdasarkan kaidah usul fiqh: Al-Ashlulfil muamalatil ibaahah illa an yadulla daliilun ‘alaa tahrimihaa (Hukum asal menyatakan bahwa segala bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang melarangnya) (Fauzi et al., 2020)

Dalam konsep Al-Qur’an promosi tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur’an mengajarkan etika yang baik dalam berpromosi sesuai dengan ajaran islam. Etika promosi tersebut yaitu, dengan berkata jujur dan tidak hanya mengucapkan janji, menjaga akad diantara kedua belah pihak, menghindari berpromosi palsu, dan lain sebagainya.

Promosi yang dilakukan harus menghindari iklan yang menipu dan berlebihan yang dianggap sebagai bentuk kebohongan. Kebenaran terkandung dalam Al-Qur’an, sebagaimana firman-Nya :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا  
قَوْلًا سَدِيدًا

*“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang dari turunan yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar” (Q.S.An Nisa:9).*

## 2. Indikator Promosi

Menurut Kotler,P., & Keller, (2014) ada empat indikator pada promosi produk yaitu:

a. Periklanan

Layanan periklanan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya ketertarikan seseorang untuk menggunakan suatu sistem termasuknya layanan bertransaksi online dalam aplikasi flip.id.

b. Promosi Penjualan

Penjualan adalah upaya seseorang memberitahukan atau menawarkan produknya dengan tujuan masyarakat dapat menggunakan layanan bertansaksi online pada flip.id.

c. Hubungan Masyarakat

Melakukan promosi produk harus menjaga hubungan antar masyarakat, karena apabila tidak ada hubungan baik dengan masyarakat maka minat menggunakan layanan bertansaksi online pada aplikasi flip.id sangatlah sedikit.

d. Pemasaran Langsung

Selain mempromosikan lewat sosial media, penerbit aplikasi flip.id pasti terjun secara langsung kepada masyarakat dengan membuka stand yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

### **2.1.5 Kepercayaan**

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sikap yakin seseorang terhadap orang lain sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan mememnuhi komitmen (Panggalih, 2014). Kepercayaan banyak dikaji dari disiplin psikologi, karena berkaitan dengan perilaku seseorang untuk keperluannya terutama

padabidang bisnis dalam memenuhi harapan di masa yang akan datang. Kepercayaan tidak dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat di buktikan. Kepercayaan dapat dipertimbangkan dengan berbagai transaksi customer, agar mewujudkan kepuasan yang diharapkan (Ainur, 2021).

Wibowo et al., (2015) juga mendefinisikan kepercayaan sebagai keadaan yang mengarah pada kemudahan penggunaan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Menurut Kartono & Halilah, (2018) Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang yaitu:

a. Kepercayaan reputasi vendor web yang dirasakan

Kepercayaan reputasi vendor web yang dirasakan (Perceived web site vendor reputation) merupakan salah satu hal yang dapat membangun kepercayaan seseorang berdasarkan informasi yang bersumber dari orang lain maupun sumber lainnya.

b. Kepercayaan kualitas situs web yang dirasakan

Kepercayaan kualitas situs web yang dirasakan (Perceived web site quality) merupakan sebuah kepercayaan seseorang dengan mengetahui tampilan wibesite bisa berkesan untuk seseorang atau tidak. Tampilan ini bertujuan untuk menarik seseorang dalam penggunaan aplikasi.

Sedangkan, menurut Khoirun Nisa (2018) pada ekonomi islam kepercayaan dibangun dengan adanya kenal mengenal secara baik, adanya ijab-qabul, ada



materai, dan lain sebagainya. Dengan demikian, seseorang akan mempunyai sikap yang jujur untuk dipercaya orang lain yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji.

Dalam islam juga dijelaskan bahwa hubungan antara kejujuran dan keberhasilan dalam kegiatan ekonomi menunjukkan hal yang positif. Setiap perbuatan yang didasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan orang lain. Kepercayaan tersebut akan menambah nilai untuk melakukan transaksi dan akan meningkatkan keuntungan.

Tafsir Al-misbah menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan amanah yang harus dijalankan, baik amanah dari Allah maupun dari manusia. Sebagaimana dalam surah An-Nisa ayat 58 menjelesakan tentang kepercayaan.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*“Sesungguhnya allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (Q.S. An Nisa ayat 58)*

## 2. Indikator Kepercayaan

Menurut Wibowo et al., (2015) indikator kepercayaan dapat didefinisikan menjadi empat yaitu:

### a. Kepercayaan Dalam Transaksi

Prilaku seseorang yang mempercayai aplikasi flip.id baik dari segi internal maupun eksternal. Pengguna flip.id tentu sudah nyaman untuk melakukan transaksi kirim uang antar bank.

b. Menjaga Kepentingan Bertransaksi Nasabah

Situasi dimana harus mementingkan nasabah agar selalu melakukan transaksi pada aplikasi flip.id.

c. Menjaga Komitmen Dalam Melayani Nasabah

Keyakinan yang kuat dalam melayani nasabah untuk mempertahankan kepercayaan nasabah. Komitmen yang dibangun harus saling membangun rasa percaya, supaya nasabah terus melakukan transaksi dalam aplikasi flip.id

d. Memberikan Manfaat Pada Penggunanya

Suatu proses yang dapat memberikan kemanfaatan bagi penggunan aplikasi flip.id yaitu dengan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi antar bank. Dengan adanya manfaat tersebut, nasabah akan terus tertarik dan percaya untuk melakukan transaksi mendadak.

### **2.1.6 Minat Menggunakan**

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu hal yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul kegairahan atau keinginan untuk mencoba aplikasi tersebut (Wibowo et al., 2015). Minat adalah rasa diri seseorang yang memanifestasikan dirinya dalam tindakan itu diperkuat, jika tidak disalurkan itu lemah dan karena itu minat membuahkan hasil (Panggalih, 2014).

Cheng (2014) mendefinisikan minat yaitu suatu keputusan dalam diri konsumen tentang kemungkinan bersedia dalam menggunakan produk tertentu dimasa depan. Sedangkan menurut Chorin (1992) minat merupakan perilaku pelanggan yang memberikan respon positif terhadap ke suatu perusahaan yang telah memberikan produk sehingga membantu setiap keinginan individu.

Pengertian minat yang lain seperti yang dikemukakan oleh (Ardianto & Azizah, 2021) yang menjelaskan bahwa minat adalah suatu prferensi yang dimiliki seseorang yang didorong oleh keinginannya ketika menggunakan produk atau barang serta jasa tertentu guna mencukupi kebutuhan hidupnya. Apabila suatu individu bisa terpenuhi kebutuhannya maka ia akan merasa puas dan akan menggunakannya kembali.

## 2. Indikator Minat

Menurut Fatonah & Hendratmoko, (2020) terdapat tiga indikator yang mempengaruhi seseorang terhadap minat menggunakan flip.id:

### a. Akan Bertansaksi

Dalam indikator ini, bahwa seseorang akan melakukan transaksi jika sudah berminat untuk menggunakan layanan transaksi online termasuknya aplikasi flip.id. Transaksi online yang ada pada flip.id sangat menjaga harta kita, karena dapat diketahui bahwa transfer antar bank tidak dikenakan biaya apapun.

### b. Akan Merekomendasikan

Setelah mengetahui bahwa layanan transaksi online dalam aplikasi flip.id yang menjaga harta. Maka, hal ini perlu direkomendasikan kepada pihak lain. Sehingga mereka akan tertarik untuk transfer uang antar bank dengan menggunakan aplikasi flip.id

c. Akan Terus Menggunakan

Dengan ketersediaan fitur layanan pada layanan transaksi online pada flip.id dengan menjaga harta, hingga membuat seseorang tertarik dan akan terus menggunakan aplikasi flip.id untuk transfer uang antar bank.

## 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah:

Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Agata (2022)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Flip Sebagai Perantara Transfer Dana Interbank	Persamaan penelitian ini yaitu membahas tentang layanan flip.id dengan adanya variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terdapatnyavariabel resiko, subjek yang dipakai mahasiswa UII	Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penggunaan flip pada variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan

					an aplikasi flip dan variabel kepercayaan juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.
2	Sahroni, Hasanah & Rijal Arifin (2022)	Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Flip.id Dalam Perspektif Maqashid Syariah Dan Tinjauan Technology Acceptance Model (TAM)	Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dengan menggunakan metode: mixed methods, lokasi penelitian Kab.Jember	Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id. Begitu pula, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id

3	Nizar & Yusuf (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja	Persamaan Dalam penelitian ini yaitu terdapatnya variabel persepsi kemudahan dan variabel kepercayaan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu pada objek yang digunakan Aplikasi Linkaja	dalam penelitian ini, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital LinkAja dan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi Dompot Digital LinkAja
4	Devy (2022)	Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Diponegoro	Persamaan penelitian ini yaitu membahas variabel promosi dengan metode kuantitatif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu adanya variabel kualitas layanan, objek yang digunakan BSI Mobile, lokasi penelitian diponegoro	Dalam penelitian ini, variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan online BSI Mobile pada Bank Syariah Diponegoro

5	Didied (2022)	Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo And Dana)	Persamaan penelitian ini yaitu adanya variabel promosi, variabel kegunaan, variabel kemudahan dengan menggunakan metode kuantitatif	Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dengan menggunakan objek e-wallet (Ovo dan Dana)	Pada penelitian ini menghasilkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Wallet. Begitu juga dengan variabel kemudahan dan variabel kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet
6	Wardhana (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce	Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif, adanya variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan	Perbedaan penelitian ini yaitu terdapatnya variabel persepsi nilai, pengaruh sosial, persepsi resiko, menggunakan smart PLS untuk pengolahan data	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-commerce, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat

					menggunakan e-commerce, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-commerce
7	Saputra & Rekarti (2021)	The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Security on Customer Intention to Use Mobile Banking at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk. Jakarta	persamaan penelitian ini yaitu dengan menggunakan variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan, menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu objek yang digunakan Mobile banking	Penelitian ini menghasilkan keputusan bahwa variabel kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking dan variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking



8	Lalu Agustin o (2021)	Pengaruh Promosi, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pengguna E-wallet	Persamaan Penelitian ini yaitu adanya variabel promosi, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan.	Perbedaan penelitian ini yaitu terdapatnya variabel persepsi manfaat, pengolahan data dengan menggunakan aplikasi AMOS 24	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet, persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap e-wallet, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet
9	Islamiah (2020)	Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah	Persamaan penelitian ini yaitu membahas variabel promosi, menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti penulis ialah terdapat variabel kemanfaatan, kualitas, objek penelitian E-Money Gopay	Dalam sebuah penelitian ini menghasilkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Money Gopay

10	Putra & Sari (2020)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking	persamaan penelitian ini yaitu terdapatnya variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan, menggunakan metode kuantitatif	perbedaan penelitian ini yaitu terdapatnya variabel persepsi resiko, dengan subjek mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Penelitian ini menghasilkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking, serta kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking
11	Pradesyah (2020)	Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus	Persamaan penelitian ini yaitu terdapatnya variabel promosi, metode yang digunakan kuantitatif	Perbedaan penelitian ini terdapatnya variabel pengetahuan, objek penelitian yaitu seluruh bank syariah, penelitian ini dilakukan di daerah Rahuning	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat melakukan

		Di Desa Rahuning)			transaksi di bank syariah
12	Tuhepal y, (2020)	Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Ovo	Persamaan penelitian ini yaitu dengan adanya variabel kepercayaan, promosi, kemudahan	Perbedaan penelitian ini yaitu dengan menggunakan objek ovo, populasi penelitian ini adalah masyarakat surabaya	Hasil penelitian ini meunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ovo, promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ovo, dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan ovo
13	Septika (2018)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Untuk Menggunakan Aplikasi Transfer Antar Rekening Bank Gratis Dengan Flip.id	Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang layanan online flip.id dengan variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dalam subjek penelitian mahasiswa UIN Sunan Kalijaga	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id.

					Variabel kepercayaan juga menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id.
14	Rizky (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada UMKM Di Kecamatan Bulelang	Persamaan pada penelitian ini dengan peneliti penulis yaitu variabel persepsi kemudahan, kepercayaan menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis antara lain pada objek yang digunakan E-Banking, lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Bulelang	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel kemudahan dan variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Banking

15	Ramos (2018)	The Effect of Trust in the Intention to Use m-banking	Persamaan penelitian ini yaitu terdapatnya variabel kepercayaan dan variabel kemudahan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terdapatnya banyak variabel untuk memperkuat penelitian minat seseorang dalam menggunakan m-banking	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan m-banking dan variabel kemudahan juga berpengaruh positif terhadap m-banking
----	--------------	---	--	--	--

*Sumber : Data diolah peneliti, 2023*

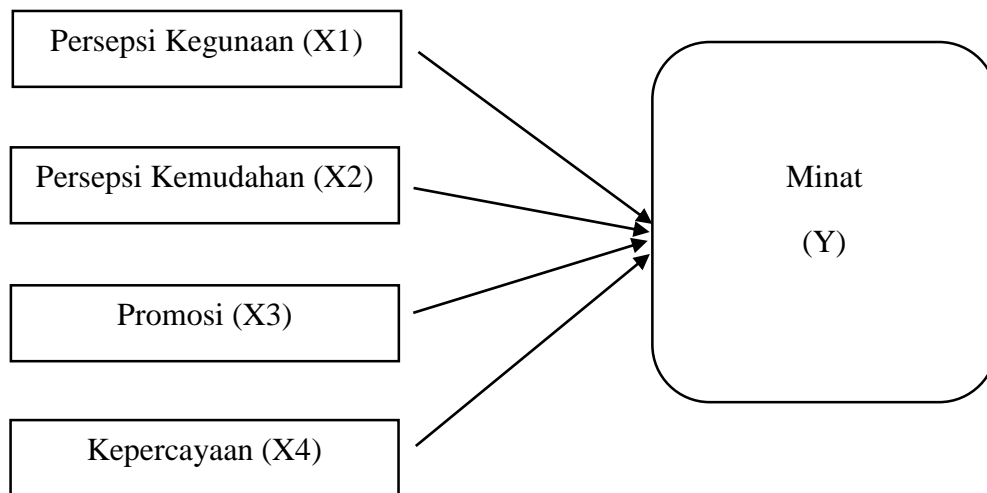
### 2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan penerapan tujuan, landasan teori, jurnal penelitian terdahulu serta rincian permasalahan sebagai dasar perumusan hipotesis, agar memudahkan penelitian maka dibuatlah kerangka berfikir teoritis sebagai acuan dalam pengumpulan data dan analisis.

Kerangka tersebut menggambarkan hubungan antara variabel independent dan dependent yaitu pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan flip.id.

Struktur berikut telah dibuat untuk membantu pemahaman:

Gambar 2. 2  
Kerangka Berfikir



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah perkiraan dari sebuah dugaan sementara secara ilmiah terhadap suatu bentuk fenomena yang harus dilakukan pengujian terlebih dahulu agar mendapat hasil yang empiris. Hipotesis dapat dikatakan baik apabila memenuhi kriteria, yaitu harus menyatakan hubungan, harus sesuai fakta, harus menerangkan fakta (Wardani, 2020). Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap minat menggunakan flip.id pada masyarakat karanganyar

Persepsi kegunaan yaitu pandangan subjektif seseorang mengenai manfaat suatu penggunaan teknologi yang diperoleh dalam meningkatkan kinerjanya (Sanjani, 2019). Pada penelitian Sahroni, Hasanah, & Arifin (2022) menyatakan

variabel kegunaan terdapat pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.id. Hasil penelitian tersebut yaitu semakin banyak yang menggunakan, semakin mempermudah produktivitas. Begitu juga dengan penelitian Didied et al., (2022) bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan dompet digital. Penelitian tersebut menghasilkan semakin banyak kegunaan pada teknologi dompet digital, maka semakin banyak peminatnya.

Selain itu, pada penelitian Lalu Agustino (2021) variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa semakin tinggi banyak kegunaan pada layanan keuangan digital, maka semakin meningkat pula minat pengguna layanan keuangan digital.

H1 : Terdapat hubungan positif antara persepsi kegunaan dengan minat menggunakan flip.id pada masyarakat muslim Karanganyar

## **2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat menggunakan flip.id pada masyarakat karanganyar**

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat rasa percaya bahwa dalam penggunaan sistem informasi ditentukan oleh persepsi individu untuk membentuk perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi tersebut (Farida, 2016). Pada penelitian yang diteliti oleh Septika (2018) menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id untuk transfer antar rekening bank. Penelitian tersebut menghasilkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan flip.id.

Nizar & Yusuf (2022) juga menunjukkan bahwa pada variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital. Hal tersebut terdapat hasil bahwa semakin tinggi tingkat kemudahaan dalam penggunaan maka semakin berdampak tinggi pada minat menggunakan.

Begitu pula pada penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Rekarti (2021) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapatnya kemudahan pada teknologi layanan keuangan digital, akan mempengaruhi bertambah minat untuk penggunaannya.

H2 : Terdapat hubungan positif antara persepsi kemudahan dengan minat menggunakan flip.id pada masyarakat muslim Karanganyar

### **3. Pengaruh promosi terhadap minat menggunakan flip.id pada masyarakat karanganyar**

Menurut Malik & Syahrizal (2021) promosi merupakan cara langsung maupun tidak langsung untuk menarik konsumen dalam menggunakan barang tertentu. Dalam penelitian Islamiah et al (2020) bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan bertransaksi online dengan *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin sering melakukan promosi, maka meningkatkan minat penggunaannya. Begitu juga pada penelitian Tuhepaly (2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *ovo*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat promosi yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula penggunaannya.



Selain itu, terdapat juga pada penelitian yang diteliti oleh Devy (2022) bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *BSI mobile*. Penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya promosi yang dilakukan maka akan mempengaruhi tingkat penggunaannya.

H3 : Terdapat hubungan positif antara promosi dengan minat menggunakan flip.id pada masyarakat muslim Karanganyar

#### **4. Pengaruh Kepercayaan terhadap minat menggunakan flip.id pada masyarakat karanganyar**

Kepercayaan merupakan komponen pentingnya dalam menjaga sebuah hubungan yang dibangun antara pihak yang belum saling kenal baik dalam berinteraksi maupun proses bertransaksi (Malik & Syahrizal, 2021). Penelitian terdahulu oleh Agata (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.id. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap teknologi, maka semakin tinggi minat menggunakan teknologi tersebut. Terdapat pula pada penelitian Rizky (2018) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *e-banking*. Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa semakin tidak sulit mempergunakan teknologi maka semakin banyak peminatnya.

Begitu juga pada penelitian Wardhana (2022) bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce*. Semakin

terpercaya sistem dalam fitur aplikasi, maka seseorang akan merasa berminat untuk menggunakannya.

H4 : Terdapat hubungan positif antara kepercayaan dengan minat menggunakan flip.id pada masyarakat muslim Karanganyar

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian**

##### **a. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian merupakan waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian. Waktu penelitian ini dilaksanakan sejak dikeluarkan ijin penelitian dalam kurun waktu yang telah ditentukan yaitu pada bulan November 2022 – April 2023.

##### **b. Wilayah Penelitian**

Wilayah penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Wilayah penelitian ini di Karanganyar. Peneliti mengambil wilayah penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa penting masyarakat muslim Karanganyar menggunakan flip.id dan ditetapkannya lokasi penelitian ini maka akan mempermudah peneliti melakukan penelitian. Wilayah penelitian ini yaitu berada di Karanganyar.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian merupakan suatu cara untuk memecahkan atau menganalisis suatu masalah guna meningkatkan pemahaman pengetahuan pada suatu topik. Penelitian dapat dikelompokkan berdasarkan tujuan, tingkat eksplanasi, dan berdasarkan jenis data yang akan digunakan. Penelitian berdasarkan tujuannya dapat dibagi menjadi dua, yaitu: penelitian murni dan penelitian terapan. Berdasarkan tingkat eksplanasi penelitian mempunyai bagian-bagian sebagai berikut: penelitian diskripsi, asosiatif,

dan komparatif. Adapun penelitian berdasarkan jenis data antara lain: penelitian kuantitatif, kualitatif, dan gabungan (Hendrayadi, 2015).

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data disertai dengan hasilnya. Jenis penelitian ini menggunakan rancangan deskriptif observasional. Penelitian ini digunakan untuk melihat gambaran dari sebuah kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan lebih menekankan pada data faktual dari pada penyimpulan.

### **3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang atau subjek dan objek yang diamati dan memiliki jumlah dan karakteristik yang berbeda. Anggota populasi bukan sekedar orang, tetapi juga bisa objek dan benda alam yang lain. (Ahyar, 2020). Sehingga dapat menjadi sumber data penelitian. Jumlah subyek atau Populasi yang termasuk dalam penelitian adalah seluruh masyarakat muslim yang tinggal di Kabupaten Karanganyar yang berjumlah 875.769 jiwa.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel merupakan karakteristik yang diambil dari populasi yang harus betul-betul mewakili (representatif) (Sutrisno Badri, 2012). Apabila sampel yang diambil tidak representatif, akan mengakibatkan resiko lebih tinggi yang berpotensi menyebabkan hasil yang salah atau strategi yang merugikan. Teknik

penentuan ukuran sampel yaitu dengan menggunakan metode Slovin dengan *error level* 0.1. dengan penentuan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Konstanta toleransi 10%

Maka. Dilakukan perhitungan sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{875.769}{(1 + (875.769(0.1))^2)}$$

$$n = 99,98$$

Jadi, dalam penelitian menggunakan jumlah sampel sebesar 99.98 dan akan dibulatkan menjadi minimal 100 responden.

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan beberapa langkah yang disesuaikan dengan kekhususan masing-masing sampel. Selain itu, penentuan sampel hendaklah selalu memedomani kriteria yang benar sehingga dapat membantu merumuskan hasil (Muri Yusuf, 2014).

Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua kategori, yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Pendekatan probability merupakan teknik

pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sampel probabilitas terdiri dari tiga komponen: sampling acak sederhana, stratified random sampling dan cluster sampling. Sedangkan sampel non-probabilitas merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Sampel non-probabilitas terbagi menjadi systematic sampling, quota sampling, dan purposive sampling (Hendrayadi, 2015).

Dalam penelitian ini, menggunakan quota sampling. Quota sampling merupakan subjek akan dipilih berdasarkan group tertentu sebagai target dengan menggunakan quota yang sudah ditetapkan. Dimana terdapat 17 kecamatan di Kabupaten Karanganyar dengan jumlah total masing-masing penduduk perkecamatan Karanganyar yang beragama muslim dibagi total penduduk muslim di Karanganyar lalu di kalikan dengan sampel yang sudah ditetapkan yaitu minimal 100 responden.

Pada hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan quota sampling, adapun setiap kecamatan menghasilkan presentase sebagai berikut, Kecamatan Karanganyar dengan presentase 9%, Kecamatan Gondangrejo dengan presentase 9%, Kecamatan Mojogedang dengan presentase 8%, Kecamatan Jaten dengan presentase 8%, Kecamatan Kebakkramat dengan presentase 7%, Kecamatan Colomadu dengan presentase 7%, Kecamatan Matesih dengan presentase 6%, Kecamatan Tasikmadu dengan presentase 6%, Kecamatan Jumantono dengan presentase 6%, Kecamatan Tawangmangu dengan presentase 5%, Kecamatan Karangpandan dengan presentase 5%, Kecamatan Jumapolo dengan presentase 5%,

Kecamatan Jatiyoso dengan presentase sebesar 4%, Kecamatan Kerjo dengan presentase 4%, Kecamatan Ngargoyoso dengan presentase 4%, Kecamatan Jatipuro dengan presentase 4%, Kecamatan Jenawi dengan presentase 3%. Pada penelitian ini terdapat beberapa kriteria yang diimplementasikan dalam pemilihan sampel, diantaranya yaitu:

1. Masyarakat muslim berdomisili Karanganyar
2. Berusia 18-51 tahun
3. Belum dan minat menggunakan flip.id
4. Sudah bekerja

### **3.4 Data Dan Sumber Data**

Data merupakan bagian terpenting dari penelitian, apabila tanpa adanya data maka tidak dapat melakukan sebuah riset atau penelitian (Elidawaty, 2019). Dalam mencari sebuah data ada dua perbedaan, yakni data sekunder dan data primer. Kemudian dianalisis untuk mencari pemahaman makna dari data tersebut dan dapat menghasilkan temuan bagi orang lain (Rijali, 2018).

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder merupakan data yang di dapat atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang ada secara tidak langsung oleh orang yang melakukan penelitian. Data sekunder penelitian ini berupa studi kepustakaan. Sedangkan data primer merupakan data yang diambil dari sumber utama penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa penyebaran kuisioner.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam kegiatan penelitian yang paling penting ialah pengumpulan data. Pengumpulan data harus relatif atau sesuai syarat, agar data yang diperoleh dapat terjaga tingkat kevalidannya. Ada beberapa teknik pengumpulan data yaitu dengan penyebaran kuisioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi (Elidawaty, 2019).

Dari beberapa teknik pengumpulan data tersebut, peneliti akan mengumpulkan data melalui penyebaran kuisioner. Pengumpulan data melalui kuisioner terdapat beberapa prosedur penyusunan, yaitu: kuisioner dapat dicapai dengan cara merumuskan tujuan, mengidentivikasi variabel yang akan dijadikan sasaran kuisioner, menjabarkan setiap variabel menjadi sub-variabel yang lebih spesifik dan tunggal, menentukan jenis data yang dikumpulkan, menentukan teknik analisis.

### **3.6 Penggunaan Skala dalam Kuisioner**

Penelitian ini menggunakan kuisioner yang skala pengukuran variabelnya mengacu pada skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang tentang minat menggunakan flip.id. Variabel yang diukur dengan skala Likert diubah menjadi indikator variabel. Skala likert untuk mengukur kesetujuan atau tidak kesetujuan seseorang terhadap suatu objek. Penelitian ini menggunakan lima kriteria skor jawaban pertanyaan. Berikut skor atas penjabaran pada indikator variabel :



Tabel 3. 1  
Skala Pengukuran Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2017)

### 3.7 Variabel Penelitian

#### 1. Variabel Independent

Variabel independent sering di sebut sebagai variabel *stimulus*, *predikator*, *antecedent*. Variabel independent merupakan variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah perubahan variabel satu mempengaruhi variabel yang lain (Sugiyono, 2017) Variabel independent dalam penelitian ini yaitu persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), promosi (X3), kepercayaan (X4).

#### 2. Variabel Dependent

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau bergantung pada keberadaan variabel independen. Variabel dependent sering di sebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, atau variabel terikat (Sutrisno Badri, 2012). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu minat menggunakan flip.id (Y)

### 3.8 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2  
Tabel Definisi Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Persepsi Kegunaan (X1)	Persepsi kegunaan merupakan pandangan seseorang mengenai manfaat yang diperoleh dalam menggunakan teknologi Sanjani (2019)	Meningkatkan Produktivitas
			Lebih Efektif
			Membuat Pekerjaan Lebih Cepat
			Sangat Bermanfaat
2	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi kemudahan merupakan rasa percaya seseorang bahwa menggunakan teknologi dapat mempermudah kegiatan Pranoto & Setianegara (2020)	Mudah Untuk Dipelajari
			Mudah Digunakan
			Penggunaan Yang Fleksibel
			Jelas dan Mudah Dimengerti
3	Promosi (X3)	Promosi merupakan aspek penting dan salah satu kunci keberhasilan dalam mengunggulkan produk Endriyanto (2022)	Periklanan
			Promosi Penjualan
			Hubungan Masyarakat
			Pemasaran Langsung
4	Kepercayaan (X4)	kepercayaan merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan layanan bertansaksi online Sa'adah & Febrianto, (2021)	Kepercayaan Melakukan Transaksi
			Menjaga Kepentingan Bertransaksi
			Menjaga Komitmen dalam Melayani Nasabah
			Memberikan Manfaat pada Penggunanya
5	Minat Menggunakan (Y)	Minat Menggunakan merupakan perilaku yakin untuk terus	Akan Bertansaksi
			Akan Merekomendasikan

		menggunakan sistem tersebut Desvronita (2021)	Akan Terus Menggunakan
--	--	--	------------------------

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen apakah data itu valid atau tidak valid (Janna & Herianto, 2021). Uji validitas sangat penting dilakukan pada pengolahan data guna menjamin keabsahan pengukuran dalam menentukan hubungan suatu kejadian atau fenomena (Ahyar, 2020). Konsep validitas dikenal dengan adanya validitas eksternal dan validitas internal. Pengukuran validitas eksternal berhubungan dengan hasil penelitian. Sedangkan pengukuran validitas internal meliputi: validitas isi, validitas kriteria, validitas konstruk (Wiyono, 2020).

Pada penelitian ini di analisis dengan aplikasi *SPSS v.23* untuk mengukur validitas butir yang dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini yaitu 0,05 dengan menggunakan  $r_{tabel}$  yang ditentukan dari besar nilai  $r_{tabel} = df(N-2)$ . Dengan dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket sebagai berikut :

- a.  $H_0$  diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , artinya alat ukur yang digunakan valid

b.  $H_0$  ditolak apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , artinya alat ukur yang digunakan belum valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbatas dari alat pengukuran. Uji Reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan (Darma, 2020). Dalam uji reliabilitas terdapat dua pengukuran yaitu pengukuran reliabilitas instrumen penelitian dan pengukuran reliabilitas indikator (Wiyono, 2020).

Dalam pengujian reliabilitas dapat diukur dengan pengukuran reliabilitas indikator. Apabila pernyataan itu konsisten maka suatu kuisioner dapat dikatakan handal atau reliabel. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,70. Terdapat kriteria atau keputusan hasil penelitian pada uji reliabilitas yaitu:

- a. Apabila nilai Cronbach's alpha  $> 0,70$ , maka instrumen dikatakan reliabel.
- b. Apabila nilai Cronbach's alpha  $< 0,70$ , maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018) pada penelitian (A. Gunawan, 2016) uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan untuk mengetahui kondisi data dalam penelitian. Penelitian menggunakan analisis kuantitatif, dimana dalam analisis menggunakan program SPSS. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan telah lolos dari normalitas, multikolinieritas, dan

heteroskedastisitas sehingga pengujian dapat dilakukan ke analisis regresi berganda.

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah dari variabel penelitian tersebar secara normal. Dalam model regresi variabel yang tersebar secara normal dikatakan baik apabila penyebaran data harus melalui sebuah grafik yang berada disepanjang garis diagonal (Murwani, 2007). Pada penelitian ini akan menggunakan uji normalitas dengan metode analisis grafik dan analisis statistik diterapkan, dari sebuah grafik dapat diamati dengan memperhatikan distribusi titik-titik pada diagonal. Jika titik-titik tersebar di area dekat garis diagonal, maka pola berdistribusi normal.

Sedangkan pada pendekatan *kolmogorov-smirnov* juga dapat dilihat dengan nilai *Asym Sig.* dan untuk menentukan apakah data yang diolah terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dapat dilihat dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *Asymp. Sig* > nilai signifikansi 0,05, maka data berdistribusi normal
- b. Apabila nilai *Asymp. Sig* < nilai signifikansi 0,05, maka data berdistribusi tidak normal

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan agar hasil perhitungan akurat atau tidak terjadi kesalahan yang besar. Uji multikolineritas harus bebas dari

gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas menunjukkan korelasi yang signifikan antara variabel independen. Jika muncul gejala multikolinearitas, hal ini diperbaiki dengan menghilangkan variabel dari model regresi (Murwani, 2007). Terdapat beberapa model dalam pengujian multikolinearitas antara lain: dengan melihat nilai VIF, dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual dengan determinasi simultan, dengan melihat nilai *eigenvalue* dan *condition index* (Wiyono, 2020).

Pada penelitian ini, mengukur uji multikolinearitas dengan menggunakan nilai VIF. Nilai yang dapat menunjukkan ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu:

- a. Apabila nilai VIF  $< 10,00$  dan nilai tolerance  $> 0,10$ , maka variabel tersebut bebas masalah multikolinearitas
- b. Apabila nilai VIF  $> 10,00$  dan nilai tolerance  $< 0,10$ , maka variabel tersebut terjadi masalah multikolinearitas

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menganalisis terdapat atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model. Apabila terdapat pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Akan tetapi, jika satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat diperbaiki dengan beberapa cara atau metode diantaranya yaitu Uji Park, Uji Glesjer, Uji Grafik Plot, Uji Spearman (Hendra & Iskandar, 2016).

Dari beberapa cara atau metode tersebut, peneliti akan menggunakan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji grafik plot dan uji glesjer. Uji grafik plot dapat dilihat dari penyebaran data residual yang tidak membentuk pola tertentu. Sedangkan, pada uji glesjer dasar pengukuran keputusan yang diambil yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka tidak terjadi heterokedastisitas
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka terjadi heterokedastisitas

### **3.9.3 Uji Ketetapan Model**

Uji ini sering disebut sebagai uji kelayakan model. Artinya, pengujian dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi dalam mengukur nilai sebenarnya. Secara statistik uji determinasi dapat mengukur nilai koefisien determinasi (adjusted R-squared) dan menggunakan uji F (Niken, 2019).

#### **1. Uji Koefisien Determinasi**

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa baik analisis model regresi dalam memberikan penjelasan variabel terikatnya. Dalam hal ini, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang lebih rendah menunjukkan bahwa ada batasan deskripsi mengenai kemampuan variabel independen untuk mengubah variabel dependen. Ketika nilai adjusted  $R^2$  mengarah ke nilai satu, itu berarti bahwa variabel independen akan berisi hampir semua informasi yang diperlukan untuk membuat prediksi untuk variabel dependen (Khoirun Nisa, 2018).

Uji koefisien determinasi perlu diketahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mengkonstruksi variabel dependen, intinya seberapa signifikan variabel independen tersebut menggambarkan variabel dependen. Namun, untuk

analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan Adjusted R square karena disesuaikan dengan jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam penelitian.

## 2. Uji F (Simultan)

Menurut Subandriyo (2020) uji F digunakan untuk melihat seluruh model regresi berpengaruh secara layak atau tidak. Arti dari layak itu sendiri yaitu dapat menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen melalui tabel anova dengan diketahuinya  $F_{hitung}$  lebih kecil daripada sig (0,05). Uji-F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh total terhadap variabel terikat atau terikat. Pengujian dapat diukur dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat kriteria sebagai berikut:

- a.  $H_0$  akan ditolak dan  $H_a$  akan diterima apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$
- b.  $H_0$  akan diterima dan  $H_a$  akan ditolak apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$

### 3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika hanya terdapat salah satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka dinamakan regresi linier sederhana. Apabila terdapat lebih dari satu variabel terikat, maka dinamakan regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan model regresi yang terdiri dari lebih satu independent. Regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent dan variabel dependent (Subandriyo, 2020).



Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Menggunakan

A : Konstanta

$\beta_1.. \beta_2.. \beta_3.. \beta_4$  : Koefisien regresi

X1 : Persepsi Kegunaan

X2 : Persepsi Kemudahan

X3 : Promosi

X4 : Kepercayaan

e : Standar error

### 3.9.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis dapat didefinisikan sebagai uji yang menyimpulkan tentang hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain (Sandu Siyoto & Ali Sodik, 2015). Pengujian hipotesis dapat berperan sebagai penguji kebenaran teori, menambah gagasan baru bagi perkembangan teori dan memperluas pengetahuan tentang fenomena yang dipelajari. Uji hipotesis yang baik memiliki dua pernyataan yaitu menggambarkan hubungan antar variabel dan memberikan pengujian hubungan tersebut. Pada tingkat signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria penguji yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika,  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
2. Jika,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## **BAB IV**

### **ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Profil Flip.id**

Flip.id merupakan keuangan digital atau teknologi finansial (fintech) dari Depok, Indonesia. Flip.id merupakan pelopor dalam menyediakan berbagai layanan transfer bank secara gratis yang dapat diakses melalui perangkat Android dan IOS. Flip.id didirikan pada tahun 2015 oleh Rafi Putra Arriyan, Luqman Sangkar, dan Ginanjar Ibnu Solihin yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia. Flip.id yang bekerja dibawah naungan PT Fliptech Lentera Inspirasi Pratiwi telah mendapatkan lisensi dari Bank Indonesia pada tanggal 4 Oktober 2016 dengan nomor izin 18/196/DKSP/68 (Ratriani, 2023).

Flip.id sebagai jembatan transaksi antar bank, cukup dengan melakukan transfer terlebih dahulu ke rekening flip.id yang sama dengan bank yang dimiliki, kemudian flip.id akan memproses transaksi ke rekening tujuan. Pada flip.id bukan hanya bank konvensional yang digunakan, akan tetapi bank syariah juga bisa digunakan pada flip.id.

Flip.id memiliki *website* dan media sosial yang dapat digunakan sebagai medium untuk membantu perusahaan berkomunikasi dan lebih dekat dengan pengguna flip.id. Flip.id juga menyediakan jasa transfer, pembelian pulsa, pengisian paket data, pembayaran listrik PLN, mengisi *e-wallet*, dan transaksi antar negara.

#### 4.1.2 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di daerah kabupaten karanganyar. Kabupaten Karanganyar merupakan sebuah wilayah kabupaten yang terletak di Jawa Tengah. Kabupaten Karanganyar terdapat 17 kecamatan dan terdiri 177 desa/kelurahan. Berikut merupakan peta kabupaten karanganyar:

Gambar 4. 1  
Peta Kabupaten Karanganyar



*Sumber : web kabupaten karanganyar*

Penelitian ini mengarah pada masyarakat muslim yang tinggal di kabupaten karanganyar, sebab di kabupaten karanganyar 96% penduduknya mayoritas beragama muslim atau islam. Terlihat di Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa penduduk muslim di Kabupaten Karanganyar kurang lebih berjumlah 875.769. Berikut data jumlah masyarakat muslim di Kabupaten Karanganyar:

Tabel 4. 1  
Jumlah Penduduk Muslim di Kabupaten Karanganyar

Wilayah Kecamatan	Jumlah
Kecamatan Jatipuro	35663
Kecamatan Jatiyoso	35825
Kecamatan Jumapolo	41749
Kecamatan Jumantono	50650
Kecamatan Matesih	48753
Kecamatan Tawangmangu	44461
Kecamatan Ngargoyoso	35447
Kecamatan Karangpandan	40787
Kecamatan Karanganyar	83263
Kecamatan Tasikmadu	54255
Kecamatan Jaten	74161
Kecamatan Colomadu	59859
Kecamatan Gondangrejo	76839
Kecamatan Kebakramat	59727
Kecamatan Mojogedang	70414
Kecamatan Kerjo	38007
Kecamatan Jenawi	25909
Total	875769

Sumber : BPS Statistik Karanganyar, 2021

#### 4.1.3 Deskripsi Data

Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh promosi, kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian ini yaitu dengan menyebarkan quisoner. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisoner disebarkan secara online melalui whatshap dengan mengisi data dan pernyataan di *google form*.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan sebanyak 100 responden. Syarat atau kriteria dari responden tersebut adalah masyarakat muslim kabupaten

karanganyar yang berusia 18 tahun sampai 51 tahun serta belum dan minat menggunakan flip.id.

#### 4.1.4 Deskripsi Data Responden

Gambaran responden dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan karakteristik usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan merk bank yang di miliki.

##### 1. Karakteristik responden menurut asal daerah

Kuisoner disebar di 17 kecamatan, adapun data yang digunakan sebanyak 100 sampel. Berdasarkan karakteristik respon asal daerah di tujukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 2  
Karakteristik Responden Menurut Asal Daerah

Domisili	Jumlah	Presentase
Karanganyar	9	9%
Gondangrejo	9	9%
Mojogedang	8	8%
Jaten	8	8%
Kebakkramat	7	7%
Colomadu	7	7%
Matesih	6	6%
Tasikmadu	6	6%
Jumantono	6	6%
Tawangmangu	5	5%
Karangpandan	5	5%
Jumapolo	5	5%
Jatiyoso	4	4%
Kerjo	4	4%
Ngargoyoso	4	4%
Jatipuro	4	4%
Jenawi	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel di atas karakteristik responden berdasarkan asal daerah yang mendominasi dalam penelitian ini yaitu kecamatan Karanganyar sebanyak 9%, kecamatan Gondangrejo sebanyak 9%, kecamatan Mojogedang sebanyak 8%, kecamatan Jaten sebanyak 8%, kecamatan Kebakkramat sebanyak 7%, kecamatan Colomadu sebanyak 7%, kecamatan Matesih sebanyak 6%, kecamatan Tasikmadu sebanyak 6%, kecamatan Jumantono sebanyak 6%, kecamatan Tawangmangu sebanyak 5%, kecamatan Karangpandan sebanyak 5%, kecamatan Jumapolo sebanyak 5%, kecamatan Jatiyoso sebanyak 4%, kecamatan Kerjo sebanyak 4%, kecamatan Ngargoyoso sebanyak 4%, kecamatan Jatipuro sebanyak 4%, kecamatan Jenawi sebanyak 3%.

## 2. Karakteristik responden menurut jenis kelamin

Berdasarkan kuisioner yang dikumpulkan dari 100 responden diperoleh data mengenai asal daerah responden. Adapun deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	66	66%
Laki-Laki	34	34%
Total	100	100%

*Sumber : Data primer yang diolah, 2023*

Data yang diperoleh berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan jumlah responden yaitu 100 orang, dimana 34 responden adalah laki-laki dengan rasionya sebesar 34% dan 66 adalah perempuan dengan rasio sebesar

66%. Jika dilihat dari tabel di atas, karakteristik perempuan lebih mudah tertarik menggunakan aplikasi flip.id untuk transfer ke antar bank.

### 3. Karakteristik responden menurut usia

Pengelompokan responden berdasarkan umur dibagi menjadi empat kelompok yaitu rentan umur 18-26 tahun, 27-35 tahun, 36-43 tahun, 44-51 tahun. Di tunjukkan tabel berikut ini, yaitu:

Tabel 4. 4  
Karakteristik Responden Menurut Usia

Umur	Jumlah	Presentase
18 – 26	89	89%
27 – 35	9	9%
36 – 43	1	1%
44 – 51	1	1%
Total	100	100%

*Sumber : Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan data pada tabel 4.4 penggunaan aplikasi flip.id umur 18-26 tahun sebanyak 89 responden dengan presentase 89%, umur 27-35 tahun sebanyak 9 responden dengan presentase 9%, umur 36-43 tahun sebanyak sebanyak 1 responden dengan presentase 1%, umur 44-51 tahun sebanyak 1 responden dengan presentase 1%.

#### 4. Karakteristik responden menurut pendidikan

Terdapat empat kelompok pendidikan dalam penelitian ini antara lain kelompok pendidikan SMP, SMA/SMK, Diploma, S1/S2

Tabel 4. 5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMP	1	1%
SMA/SMK	59	59%
Diploma	14	14%
S1/S2	26	26%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendidikan sebanyak 1% peminat menggunakan aplikasi flip.id berpendidikan SMP, sebanyak 59% peminat menggunakan aplikasi flip.id berpendidikan SMA/SMK, sebanyak 14% peminat menggunakan aplikasi flip.id berpendidikan Diploma, sebanyak 26% peminat menggunakan aplikasi flip.id berpendidikan S1/S2.

#### e. Karakteristik responden menurut pekerjaan

Tabel 4. 6  
Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Karyawan Swasta	51	51%
Wirausaha	27	27%
Pengajar/Guru/Dosen	14	14%
Kadus	1	1%
Buruh	1	1%
Perawat	4	4%
Pramuwisata	1	1%
Karyawan Toko	1	1%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023



Berdasarkan tabel 4.6, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 51%, wirausaha sebanyak 27%, pengajar/guru/dosen sebanyak 14% , Kadus sebanyak 1%, Buruh sebanyak 1%, perawat sebanyak 4%, pramuwisata sebanyak 1%, dan karyawan toko sebanyak 1%.

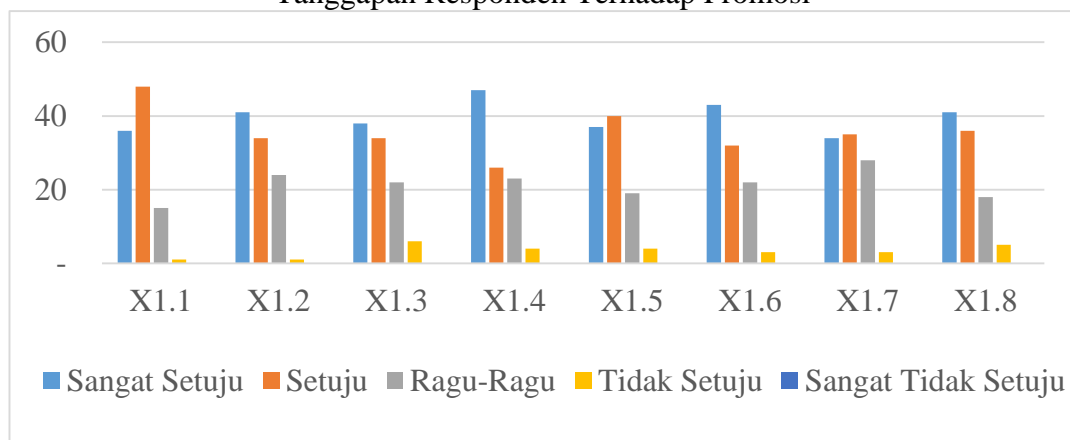
#### 4.1.5 Deskripsi Tanggapan Responden

Penelitian ini terdapat 4 variabel bebas yaitu promosi (X1), kepercayaan (X2), Persepsi kegunaan (X3), Persepsi kemudahan (X4) dan 1 variabel terikat yaitu minat menggunakan (Y) flip.id pada masyarakat muslim Karanganyar. Berdasarkan hasil penelitian dengan lima variabel tersebut diketahui tanggapan 100 responden masyarakat muslim yang berdomisili di Karanganyar.

Berikut tabel diskripsi tanggapan dari responden yang berdomisili di Karanganyar:

##### 1. Variabel Promosi

Grafik 4. 1  
Tanggapan Responden Terhadap Promosi

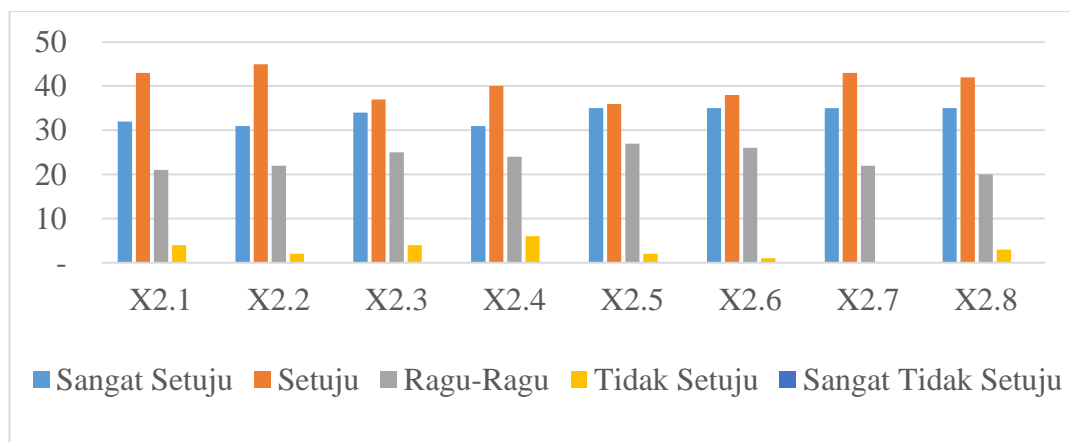


Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Dapat dilihat grafik 4.1 adalah tanggapan dari 100 responden. Dengan grafik di atas, dapat di ketahui bahwa promosi dapat menarik masyarakat muslim Karanganyar untuk berminat menggunakan flip.id di kehidupan sehariannya.

## 2. Variabel Kepercayaan

Grafik 4. 2  
Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan

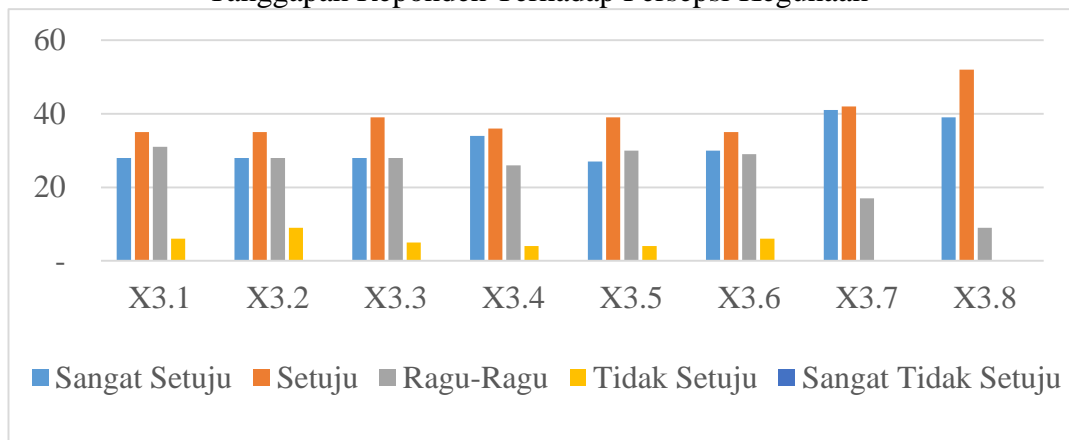


*Sumber : Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan grafik 4.2 dapat disimpulkan bahwa masyarakat muslim Karanganyar percaya dengan adanya flip.id.

## 3. Variabel Persepsi Kegunaan

Grafik 4. 3  
Tanggapan Reponden Terhadap Persepsi Kegunaan

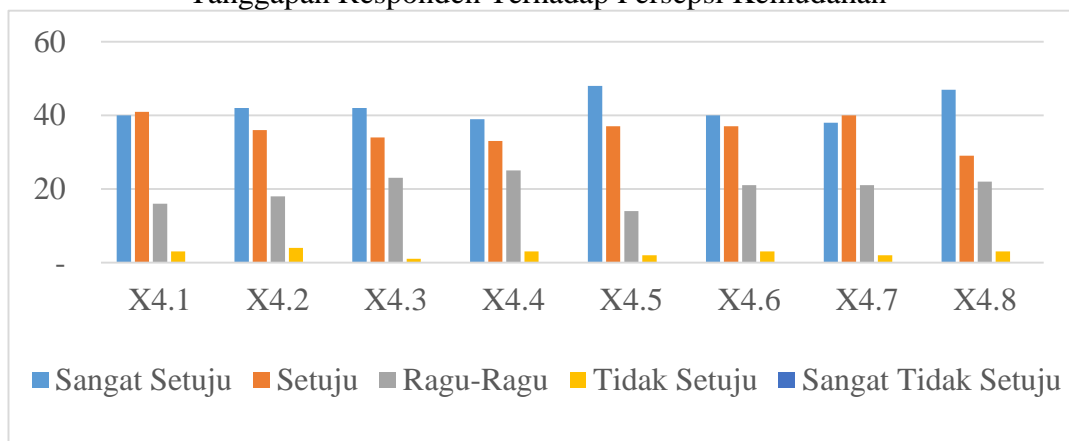


*Sumber : Data primer yang diolah, 2023*

Pada grafik 4.3 menunjukkan bahwa tanggapan 100 responden masyarakat muslim Karanganyar sangat yakin bahwa dengan menggunakan flip.id akan meningkatkan kinerjanya.

#### 4. Variabel Persepsi Kemudahan

Grafik 4. 4  
Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan

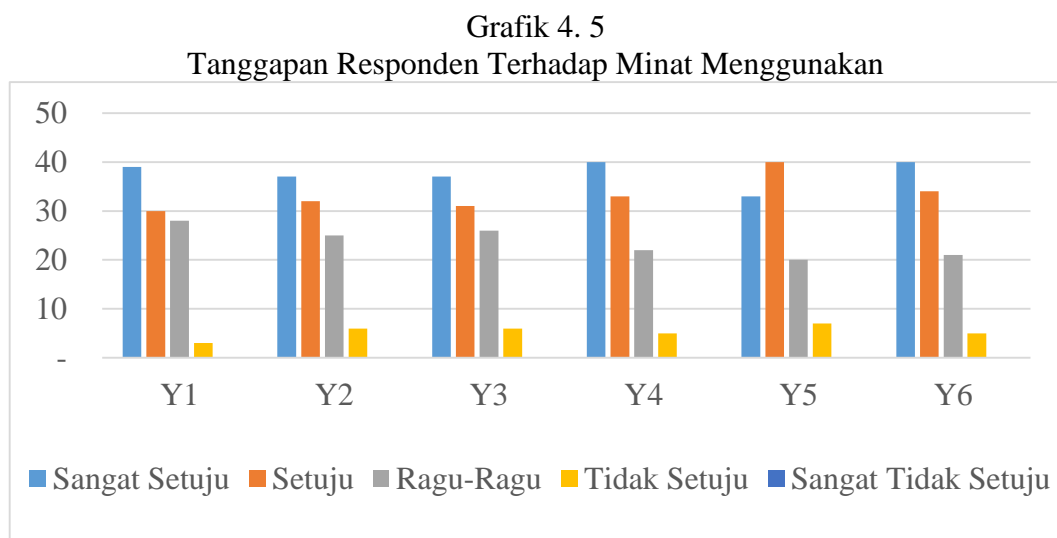


*Sumber : Data primer yang diolah, 2023*

Grafik 4.4 merupakan tanggapan 100 responden terhadap masing – masing pernyataan indikator dalam variabel persepsi kemudahan. Dari grafik tersebut,

dapat disimpulkan bahwa rata-rata mayoritas masyarakat muslim Karanganyar setuju bahwa menggunakan layanan flip.id akan mempermudah seseorang yang menggunakannya.

## 5. Variabel Minat Menggunakan



*Sumber : Data primer yang diolah, 2023*

Dapat diketahui grafik 4.5 merupakan tanggapan 100 responden dari penyebaran quisoner dengan menggunakan indikator minat menggunakan.

## 4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk melihat apakah valid atau tidaknya indikator dalam quisoner. Berdasarkan pengujian dari 100 responden menghasilkan nilai df sebesar  $100 - 2 = 98$  dengan signifikansi 0,05. Sehingga dapat diketahui nilai  $r_{tabel} = 0,1966$ . Berikut tabel variabel yang sudah di uji kevalidannya dengan menggunakan SPSS v.23:

Tabel 4. 7  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	X1.1	0,531	0,1966	Valid
	X1.2	0,696	0,1966	Valid
	X1.3	0,753	0,1966	Valid
	X1.4	0,694	0,1966	Valid
	X1.5	0,719	0,1966	Valid
	X1.6	0,674	0,1966	Valid
	X1.7	0,719	0,1966	Valid
	X1.8	0,728	0,1966	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,768	0,1966	Valid
	X2.2	0,760	0,1966	Valid
	X2.3	0,761	0,1966	Valid
	X2.4	0,809	0,1966	Valid
	X2.5	0,800	0,1966	Valid
	X2.6	0,750	0,1966	Valid
	X2.7	0,751	0,1966	Valid
	X2.8	0,695	0,1966	Valid
Promosi(X3)	X3.1	0,842	0,1966	Valid
	X3.2	0,876	0,1966	Valid
	X3.3	0,833	0,1966	Valid
	X3.4	0,774	0,1966	Valid
	X3.5	0,837	0,1966	Valid
	X3.6	0,625	0,1966	Valid
	X3.7	0,790	0,1966	Valid
	X3.8	0,762	0,1966	Valid
Kepercayaan (X4)	X4.1	0,780	0,1966	Valid
	X4.2	0,744	0,1966	Valid
	X4.3	0,722	0,1966	Valid
	X4.4	0,710	0,1966	Valid
	X4.5	0,700	0,1966	Valid
	X4.6	0,784	0,1966	Valid
	X4.7	0,720	0,1966	Valid
	X4.8	0,682	0,1966	Valid
Minat (Y)	Y1	0,795	0,1966	Valid
	Y2	0,853	0,1966	Valid
	Y3	0,856	0,1966	Valid
	Y4	0,771	0,1966	Valid

	Y5	0,847	0,1966	Valid
	Y6	0,794	0,1966	Valid

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa data yang teruji di setiap indikator dinyatakan valid dan boleh digunakan untuk penelitian.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan apabila jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Perhitungan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program *spss v.23*. Kemudian dianalisis menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Quisoner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* >  $\alpha$ . Sehingga, hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 8  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Ralpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0,844	8	0,7	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,896	8	0,7	Reliabel
Promosi	0,930	8	0,7	Reliabel
Kepercayaan	0,925	8	0,7	Reliabel
Minat	0,902	6	0,7	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

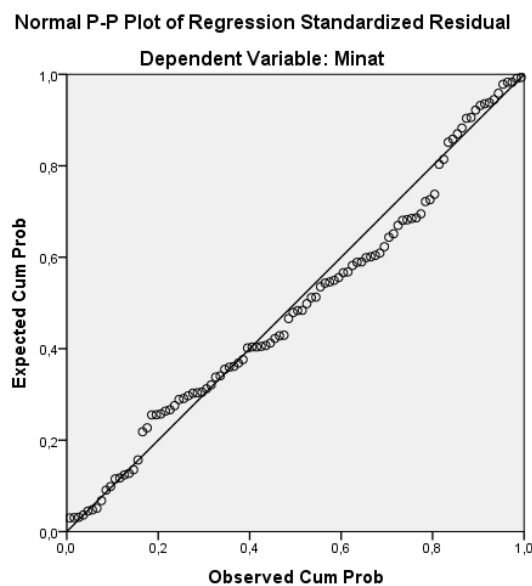
Berdasarkan data pada tabel 4.12 dengan 100 responden secara *online*, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, dan kepercayaan di atas lebih besar dari nilai Ralpha 0,7. Artinya, semua variabel penelitian dapat dikatakan reliabel dan layak digunakan.

#### 4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Dalam pengujian normalitas data akan dilakukan pengujian dengan dua cara yaitu dengan grafik dan uji statistik. Untuk uji grafik menggunakan analisis grafik on probability plot dan uji statistik menggunakan *kolmogorov smirnov* melalui pendekatan *Asym. Sig.* Berdasarkan hasil pengujian normalitas data dengan kurva *normal P-P Plot* diperoleh hasil seperti tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 2  
Hasil Uji Normalitas Dengan P-P Plot



Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Pada normalitas data dengan kurva *Normal P-P Plot* di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik terlihat menyebar berada di sekitar garis diagonal dan

searah mengikuti garis diagonal. Sehingga data tersebut telah berdistribusi secara normal.

Selanjutnya dilakukan pengujian normalitas dengan cara uji *kolmogorov smirnov*. Uji kolmogprov smirnov merupakan uji yang digunakan untuk memutuskan jika sampel berasal dari populasi dengan distribusi spesifik. Berikut hasil uji normalitas dengan metode uji *one sample kolmogorov smirnov*:

Tabel 4. 9  
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,79787107
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,071
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,098 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Dapat diketahui pada tabel 4.13 merupakan hasil output uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov dengan memperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada unstandardized residual sebesar 0,098 > taraf signifikansi sebesar 0,05, sehingga data tersebut berdistribusi normal.



## 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Apabila hasil terbebas dari multikolinieritas maka model regresi baik. Sebaliknya, apabila hasil tidak terbebas dari multikolinieritas, maka model regresi akan menjadi buruk. Pendektesian problem multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan nilai VIF. Berikut hasil pengujian dengan menggunakan uji multikolinieritas:

Tabel 4. 10  
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7,457	3,197		-2,333	,022		
	Persepsi Kegunaan	,136	,063	,144	2,144	,035	,910	1,099
	Persepsi Kemudahan	,147	,060	,165	2,461	,016	,913	1,095
	Promosi	,405	,071	,501	5,708	,000	,532	1,878
	Kepercayaan	,285	,080	,310	3,550	,001	,537	1,862

a. Dependent Variable: Minat

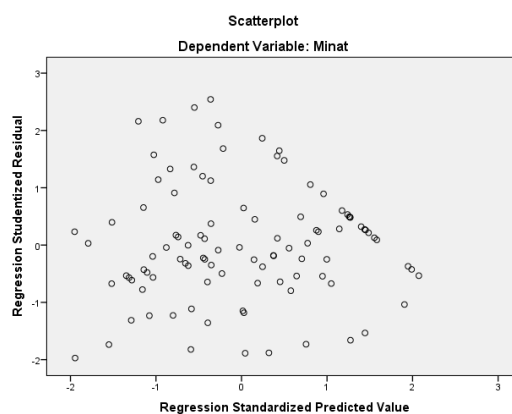
Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF dari semua variabel < 10 dan nilai tolerance semua variabel > 0,10, sehingga variabel penelitian tersebut bebas dari multikolinieritas.

### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah dalam suatu regresi terdapat kesamaan varians tingkat residual suatu pengamatan. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* dan uji glesjer. Berikut tampilan grafik scatterplot dari pengujian data yang sudah diperoleh:

Gambar 4. 3  
Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan *Scatterplot*



Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Dapat diketahui pada gambar di atas, dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot dan terlihat titik-titik menyebar secara acak dengan baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dalam analisis grafik *scatter plot* memiliki sedikit kelemahan. Maka dari itu diperlukan sebuah pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji statistik pada uji glesjer. Hasil statistik pada uji glesjer sebagai berikut:

Tabel 4. 11  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,937	1,972		2,504	,014
	Persepsi Kegunaan	,010	,039	,028	,267	,790
	Kepercayaan	-,005	,037	-,015	-,145	,885
	Promosi	,012	,044	,039	,283	,777
	Kepercayaan	-,101	,049	-,276	-2,035	,055

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Dapat diketahui pada tabel di atas, hasil output uji heteroskedastisitas pada nilai signifikan setiap variabel melebihi 0,05. Oleh karena itu, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

#### 4.2.3 Hasil Ketetapan Model

##### 1. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan uji untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dengan variabel terikat. Pada uji ini nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R square*. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi dengan menggunakan spss v.23:

Tabel 4. 12  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,782 <sup>a</sup>	,611	,595	2,856

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Promosi

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Berdasarkan pengujian di atas didapatkan nilai *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,595 mengandung arti bahwa variabel persepsi kegunaan (X1), variabel persepsi kemudahan (X2), variabel promosi (X3), variabel kepercayaan (X4) berpengaruh terhadap variabel minat (Y) sebesar 59,5%, Sedangkan sisanya (100% - 59,5% = 40,5) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi atau variabel yang tidak di teliti.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara serentak berpengaruh simultan terhadap variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan spss v.23. dengan nilai  $F_{tabel} = (4 ; 100-4) = (4 ; 96)$ . Jadi, nilai  $F_{tabel}$  dengan perhitungan tersebut adalah 2,47. Berikut merupakan hasil uji F:

Tabel 4. 13  
Hasil Uji F(Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1217,020	4	304,255	37,297	,000 <sup>b</sup>
	Residual	774,980	95	8,158		
	Total	1992,000	99			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Promosi						

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Berdasarkan hasil pengujian uji F di atas, diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 37,297. Karena nilai  $F_{hitung}$  37,297 >  $F_{tabel}$  2,47 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berpengaruh simultan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan flip.id.

#### 4.2.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berikut merupakan tabel hasil output regresi linier berganda:

Tabel 4. 14  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,457	3,197		-2,333	,022
	Persepsi Kegunaan	,136	,063	,144	2,144	,035
	Persepsi Kemudahan	,147	,060	,165	2,461	,016
	Promosi	,405	,071	,501	5,708	,000
	Kepercayaan	,285	,080	,310	3,550	,001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Dari analisis di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -7,457 + 0,136X_1 + 0,147X_2 + 0,405X_3 + 0,285X_4 + e$$

1. Nilai konstanta regresi sebesar -8,880, menunjukkan bahwa pada variabel promosi, kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan dengan

kondisi konstanta atau  $X = 0$ , maka minat masyarakat muslim dalam menggunakan flip.id sebesar -7,457.

2. Variabel persepsi kegunaan (X1) menunjukkan bahwa koefisiennya sebesar 0,136, mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan flip.id. Artinya, apabila variabel promosi semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id sebesar 0,136.
3. Variabel persepsi kemudahan (X2) menunjukkan bahwa koefisien regresinya sebesar 0,147, mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id. Artinya, apabila variabel kepercayaan semakin tinggi dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat muslim dalam menggunakan flip.id sebesar 0,147.
4. Variabel promosi (X3) menunjukkan bahwa koefisiennya sebesar 0,405, mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan flip.id. Artinya, apabila variabel persepsi kegunaan semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id sebesar 0,405.
5. Variabel kepercayaan (X4) menunjukkan bahwa koefisiennya sebesar 0,285, mempunyai pengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan flip.id. Artinya, apabila variabel persepsi kemudahan semakin

baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id sebesar 0,285.

Dari hasil estimasi regresi terlihat bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh lebih tinggi dibandingkan dengan variabel persepsi kegunaan, variabel persepsi kemudahan, dan variabel kepercayaan terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan flip.id, yang didasarkan pada nilai koefisien regresi sebesar 0,405 dengan signifikan sebesar 0,000 atau sig sebesar 0%.

#### 4.2.5 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) merupakan uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial. Dalam pengambilan keputusan menggunakan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dan nilai signifikan 0,05 dan menggunakan  $t_{tabel} = (0,025 ; 95) = 1,985$  Dapat dilihat hasil pengujian hipotesis dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 15  
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,457	3,197		-2,333	,022
	Persepsi Kegunaan	,136	,063	,144	2,144	,035
	Persepsi Kemudahan	,147	,060	,165	2,461	,016
	Promosi	,405	,071	,501	5,708	,000
	Kepercayaan	,285	,080	,310	3,550	,001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: hasil pengolahan spss v.23

Hasil output di atas berdasarkan nilai t yang ada pada variabel persepsi kegunaan sebesar 2,144, variabel persepsi kemudahan sebesar 2,461 , variabel promosi sebesar 5,708, dan variabel kepercayaan sebesar 3,550. Maka, dapat di simpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.id, variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.id, variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.id, dan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi flip.id.

### **4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data**

#### **4.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.**

Pada hasil tabel 4.15, bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,144, dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 maka hasil tersebut menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  . Sehingga,  $H_1$  diterima dan terbukti hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi kegunaan terhadap minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan aplikasi flip.id.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut, diketahui bahwa masyarakat muslim karanganyar sangat memperhatikan kegunaan pada flip.id. Penggunaan flip.id sangatlah hemat waktu dan praktis. Maka dari itu kegunaan flip.id menjadi poin yang harus diperhatikan oleh direktur flip.id dalam mengembangkan sistem teknologi yang mengikuti zaman, agar masyarakat menjadi lebih tertarik menggunakan flip.id.



Persepsi kegunaan juga dianggap sebagai hal yang penting untuk meningkatkan efektivitas. Karena, setiap orang yang meyakini bahwa sistem teknologi yang digunakan dapat meningkatkan hasil kerjanya, maka seorang tersebut akan memanfaatkan teknologi. Begitupula sebaliknya, apabila setiap orang tidak yakin bahwa sistem teknologi yang digunakan dapat meningkatkan hasil maka tidak akan merasakan kegunaan teknologi tersebut.

Sebagaimana teori TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) keyakinan seseorang dalam menggunakan sistem teknologi itu sangat penting. Ketika seseorang yakin dan tertarik akan pengguna flip.id maka akan merasakan manfaat yang sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh flip.id, dan disitulah akan memunculkan sebuah keminatan untuk terus menggunakan flip.id.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hasanah & Rijal (2022) bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id. Dijelaskan pula bahwa persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang menggunakan layanan keuangan digital. Karena, dalam penggunaan layanan keuangan digital masyarakat merasa lebih cepat dan hemat waktu.

Terdapat kesamaan dengan penelitian Didied (2022) persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian tersebut memaparkan bahwa pengguna layanan keuangan digital dapat melancarkan bentuk transaksi. Sehingga, banyak peminat yang ingin menggunakannya.

Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Lalu Agustino (2021) yaitu persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Kegunaan yang diberikan sangat berperan penting terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital. Apabila pengguna merasakan manfaat terus menerus, maka semakin banyak pengguna layanan keuangan digital.

#### **4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.15, menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,461 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa H2 diterima yang artinya pada Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id.

Pada hasil tersebut, dapat dipaparkan bahwa persepsi kemudahan dapat menarik masyarakat muslim karanganyar akan adanya flip.id. Tingkat kemudahan flip.id merupakan usaha yang tidak memberatkan ketika seseorang menggunakan sistem teknologi tersebut.

Hasil riset di lapangan pada penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim karanganyar sangat memperhatikan faktor-faktor kemudahan penggunaan fitur pada flip.id, faktor tersebut seperti tidak memerlukan banyak usaha, tidak menyulitkan, dan jelas saat digunakan. Sesuai dengan teori TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) peningkatan pada persepsi kemudahan secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari sebuah faktor eksternal lain seperti

persepsi kegunaan. Apabila suatu teknologi mudah digunakan dan tidak membutuhkan waktu lama, maka semakin banyak pula pengguna flip.id dalam efektivitasnya.

Terdapat kesamaan hasil riset pada penelitian Septika (2018), bahwa hasil penelitian menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan flip.id. Kemudahan menunjukkan bahwa sistem yang digunakan tidak menyulitkan, karena dapat melakukan transaksi hanya menggunakan ponsel yang terinstal flip.id. Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam menerapkan layanan transaksi keuangan, maka semakin besar peminat yang menggunakan layanan tersebut, khususnya di flip.id.

Penelitian ini dibangun berdasarkan penelitian yang dilakukan Nizar & Yusuf (2022) yakni persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan flip.id. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan flip.id. Kemudahan fitur yang ada pada flip.id akan membuat masyarakat tertarik atau ingin menggunakan flip.id. Keinginan seseorang untuk melakukan transaksi secara online menggunakan flip.id akan membuat masyarakat muslim Karanganyar lebih mudah dalam menyelesaikan transaksi secara online menggunakan flip.id.

Selain itu, hasil penelitian oleh Saputra & Rekarti (2021) mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking. Menurutnya, menggunakan layanan keuangan digital tidak membutuhkan banyak tenaga dan akan meningkatkan minat dalam penggunaannya.

### **4.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.**

Pada tabel 4.19, menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,708 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sehingga, hasil penelitian ini membuktikan bahwa  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, penelitian ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan aplikasi flip.id.

Berdasarkan hasil tersebut, promosi sangat penting dilakukan. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu untuk membujuk dan meyakinkan masyarakat muslim karanganyar mengenai fitur pada aplikasi flip.id, terutama tidak adanya biaya admin dalam melakukan transaksi tersebut. Semakin sering melakukan promosi, semakin banyak masyarakat yang minat menggunakan flip.id.

Hasil penyebaran kuisioner menunjukkan bahwa masyarakat sangat minat menggunakan flip.id, karena tingkat promosi yang dilakukan oleh penyedia flip.id di situs media sosial mampu menarik minat masyarakat muslim karanganyar untuk melakukan transaksi. Kemudian, ditambah dengan adanya promo, cashback, dan hadiah jika flip.id sedang mengadakan *give away*. Sehingga, masyarakat muslim karanganyar merasa senang menggunakan flip.id dan berkeinginan terus menggunakan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Islamiah (2020) bahwa penelitiannya pada variabel promosi pengaruh minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh

flip.id dapat menarik masyarakat untuk menggunakan flip.id. Karena, semakin menarik penawaran promosi yang dilakukan, maka semakin meningkat pula minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id.

Penelitian ini selaras dengan riset yang dilakukan oleh Tuhepaly (2020) yakni variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *ovo*. Penelitian ini menunjukkan bahwa tentang promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan membuat seseorang semakin minat menggunakan sistem teknologi.

Hasil penelitian ini didukung Devy (2022), bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan layanan penggunaan uang elektronik terutama pada flip.id. Promosi yang dilakukan dengan cara efektif dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan flip.id.

#### **4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Menggunakan Aplikasi Flip.**

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa menghasilkan nilai  $t_{hitung} 3,550 > t_{tabel} 1,985$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim karanganyar dalam menggunakan flip.id.

Pada hasil penelitian yang didasarkan melalui penyebaran quisoner menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu sikap keyakinan seseorang bahwa sistem teknologi yang dilindungi tidak akan dirugikan oleh pihak yang

dipercayai dan akhirnya akan menyebabkan kepercayaan kepada penyedia semakin tinggi.

Terdapat hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa masyarakat muslim Karanganyar yakin dengan reputasi pada flip.id serta percaya bahwa menggunakan flip.id mampu memberikan kemudahan saat ingin transfer ke beda bank. Hal ini tentunya akan meningkatkan minat masyarakat muslim Karanganyar untuk menggunakan flip.id dan jika sudah menggunakan dengan senang hati akan merekomendasikan kepada yang belum menggunakan flip.id

Begitu pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agata (2022), yang menyatakan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan flip.id. Semakin tinggi rasa kepercayaan maka minat seseorang akan semakin meningkat.

Terdapat kesamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Rizky (2018), bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-banking*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kuatnya rasa percaya seseorang di munculkan berdasarkan tingkat keamanan sistem teknologi tersebut, sehingga kepercayaan akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan sistem teknologi.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2022), bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan flip.id. Kepercayaan mengacu kepada keyakinan seseorang bahwa akhirnya apa yang dilakukan membawa keuntungan. Sehingga,

kepercayaan merupakan faktor yang utama untuk menarik masyarakat muslim karanganyar agar menggunakan flip.id.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di wilayah kabupaten Karanganyar tentang minat menggunakan flip.id dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan quisoner untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel-variabel yang telah ditentukan terhadap minat maskarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id. Adapun kesimpulan yang dapat dipaparkan dari pembahasan tersebut yaitu:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id.
3. Promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim Karanganyar dalam menggunakan flip.id.
4. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim dalam menggunakan aplikasi flip.id.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain :

1. Menggunakan empat variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi, dan kepercayaan



2. Lokasi yang digunakan hanya terbatas yaitu pada wilayah Kabupaten Karanganyar
3. Penelitian hanya dilakukan pada masyarakat yang beragama islam

### **5.3 Saran**

Penelitian yang dilakukan di lapangan, maka penulis akan memberikan saran yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan variabel lain diluar dari variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini.
2. Bagi pemilik flip.id harus bisa mengembangkan dan mempertahankan aplikasi agar banyak masyarakat mengetahui kemanfaat dan kemudahan ketika menggunakan untuk bertansaksi.
3. Diharapkan pihak star-up lebih gencar lagi dalam mempromosikan mengenai penggunaan dan manfaat adanya aplikasi flip.id, sehingga masyarakat umum akan banyak yang menggunakan. Sedangkan bagi yang sudah menggunakan akan menjadi lebih mahir serta mendapat fasilitas yang telah diberikan oleh flip.id

## DAFTAR PUSTAKA

- Agata, B. T. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Flip Sebagai Perantara Transfer Dana Interbank*. 82, 1–23.
- Agustina, U. I., & Arief, M. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Study Pada Komunitas Virtual E- Banking BCA). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 9, 68–76.
- Ahyar, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Ainur, R. (2021). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce. *Universitas Brawijaya*, 157.
- Aisyah, S. dan Y. A. (2007). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan n Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah*. 2, 1837.
- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.511>
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan E-money*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Carin, A. A., Sund, R. ., & Lahkar, B. K. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money Yang Dimoderasi Dengan Kepercayaan. *Journal of Controlled Release*, 11(2), 430–439.
- Darma, B. (2020). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. GUEPEDIA.
- Devy, N. A. A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Didied, N. M., Yunitasari, F., & Oktavina Diah Puspita. (2022). Effect of promotion, perceived usefulness, and perceived ease of use on interest in adopting e-wallet (Ovo And Dana). *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(8), 191–201. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i8.2060>
- Elidawaty, P. dkk. (2019). *Metode Penelitian Ekonomi*.

- Fadillah, A. F., Ramayanti, T. P., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh E-Trust on Re-use Intention terhadap Platform Flip. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 875–889.
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
- Farida, U. (2016). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keyakinan, Persepsi Kredibilitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking*. 1–23.
- Faridhal, M. (2022). *Analisis Transaksi Pembayaran Nontunai Melalui E-Wallet: Perspektif Dari Modifikasi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Thechnology 2*.
- Farizi, H. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. 1–18.
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217.
- Fauzi, M., Gunawan, A., & Darussalam, A. (2020). Penerapan Strategi Promosi, Buy One Get One, dan Sistem COD Dalam Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 4(2), 141–152. <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Flip. (2023). *Kejar Promo Menarik Dari Flip*. Flip.Id.
- Flip, C. (2023). *Faktor yang Menyebabkan Verifikasi Akun Gagal*. Flip.Id.
- Flip, C. S. (2023). *Flip bekerja sama dengan bank apa saja?* Flip.Id.
- Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal*, III(nomor 2).
- Gunawan, A. A. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 16(1), 98066.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hendra, J., & Iskandar, A. (2016). Aplikasi Model Tam Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking Di Kantor Bank Jatim Cabang Situbondo. *Jurnal Ecobuss*, 4(1), 40–48.
- Hendrayadi, S. dan. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam* (Edisi Pert).

Prenadamedia Group.

- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., & Arrosyad, E. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 303–315.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jayani, I., & Ruffaida, F. S. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (Vol. 8).
- Jhody. (2020). *Mekanisme Pengiriman Uang (Transfer) Sebagai Pelayanan Jasa Bank Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unand*. Universitas Andalas.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi.
- Kartono, R. A., & Halilah, I. (2018). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). *Polban IRWNS*, 1(1), 1204–1213.
- Khoirun Nisa, A. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Pengguna E-banking Terhadap Minat Bertansaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ekonomi Syariah*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (jilid 2). Erlangga.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Lalu Agustino. (2021). *Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet*. 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Ludiyanto, A. (2021). *Digitalisasi di Karanganyar Hanya Kalah Dari Dua Daerah Ini*. Solopos.Com.
- Malik, A., & Syahrizal, A. (2021). *The effect of promotion, knowledge and trust on interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Singkut in Pelawan Jaya village community*. 1(1), 36122.
- Mubiyantoro, A., & Syaefullah. (2015). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking. *Dk*, 53(9), 1689–1699.
- Mufiah, A. F. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Pengguna Mpbile Banking*. 8(5), 55.

- Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*.
- Murwani, S. (2007). Statistika Terapan. In *Statistika Terapan*.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(1), 22–37. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.846>
- Panggalih, B. (2014). *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planed Behavior*.
- Pradesyah, R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122.
- Putra, M. I. A., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. *PROFITA : Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8), 1–12.
- Rahmadanila, A., Zahrah, F. karim, & Rizka, M. A. (2022). Eksistensi Penggunaan Financial Technology (FINTECH) di Universitas Riau. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923–926.
- Rakhmawati, S., & Isharijadi, I. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2(2), 71. <https://doi.org/10.25273/jap.v2i2.1200>
- Ramos, F. L., Ferreira, J. B., De Freitas, A. S., & Rodrigues, J. W. (2018). The effect of trust in the intention to use m-banking. *Brazilian Business Review*, 15(2), 175–191. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.5>
- Ratriani, V. (2023). *Mengenal Flip, aplikasi transfer uang gratis antar bank di Forbes 30 under 30 Asia*. Kontan.Co.Id-Jakarta.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rizky, N. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 9(2), 191–202.

- Sahroni, F., Hasanah, M., & Arifin, S. R. (2022). *Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Flip . Id Dalam Perspektif Maqashid Syariah Dan Tinjauan Technology Acceptance Model ( TAM )*. 8(03), 3254–3263.
- Sahroni, F., Hasanah, M., Rijal Arifin, S., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2022a). Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Flip.Id Dalam Perspektif Maqashid Syariah Dan Tinjauan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3254–3263.
- Sahroni, F., Hasanah, M., Rijal Arifin, S., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2022b). Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Flip.Id Dalam Perspektif Maqashid Syariah Dan Tinjauan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3254–3263. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5735>
- Sandu Siyoto & Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); cetakan pe). Literasi Media Publishing.
- Sanjani, M. T. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Febi IAIN BEngkulu Menggunakan Internetbanking*.
- Saptari, J., Iswandari, R., & Setyawati, R. (2018). User Experience (UX) dalam pemanfaatan fasilitas Informal Learning Space (ILS) perpustakaan. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(1), 26. <https://doi.org/10.22146/bip.27502>
- Saputra, H., & Rekarti, E. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Security on Customer Intention to Use Mobile Banking at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk. Jakarta. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(8), 44–53. <https://www.ijisrt.com/>
- Septika, C. E. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Untuk Menggunakan Aplikasi Transfer Antar Rekening Bank Gratis Dengan Flip*. 3, 1–13.
- Subandriyo, B. (2020). Analisis Korelasi dan Regresi. In *Diklat Statistisi Tingkat Ahli BPS Angkatan XXI*.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi 2, C). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sutrisno Badri. (2012). *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif* (pertams). Penerbit Ombak.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214.

<https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>

- Tuhepaly, M. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan OVO*.
- Wardani, D. K. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, dan Asosiatif)* (Anggun Wulandari (ed.); cetakan pe). LPPM Universitas KH. A Wahab Hasbullah.
- Wardhana, O. H. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-commerce*.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8* (Kedua). UPP STIM YKPN.
- Zulqurnain, S. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Money*.

**LAMPIRAN**





## Lampiran 2 Kuisoner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan saya Amalia Vinka Hidayati. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna memenuhi Tugas Akhir (Skripsi) dengan judul **Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Promosi, Dan Kepercayaan, Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Dalam Menggunakan Flip.Id**. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, antara lain: masyarakat muslim berdomisili Karanganyar, berusia 18-51 tahun, sudah bekerja, belum dan minat menggunakan aplikasi flip.id

Oleh karena itu diperlukan dukungan dan partisipasinya dari bapak/ibu serta saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuisoner ini dengan sebaik-baiknya. Semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Terimakasih atas seluruh dukungan dan partisipasinya dalam melakukan pengisian kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum wr.wb

## I. Data Responden

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda ceklis (  $\surd$  )

1. Nama Responden :

2. Alamat :

3. Nomor Telepon :

4. Jenis Klamin :  Laki-Laki  Perempuan

5. Umur/Usia :  18 – 26 tahun  36 – 43 tahun

27 – 35 tahun  44 - 51 tahun

6. Pendidikan terakhir :  SMP  Diploma

SMA  S1/S2

7. Pekerjaan :  Kar. Swasta  Guru/Pengajar

Wirausaha  Lainnya

## II. Pernyataan Quisoner

Isilah semua pernyataan dalam kuisoner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberi tanda ceklis (  $\surd$  ) pada kotak pilihan yang sudah tersedia!

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

RG : Ragu-Ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

<b>1. Variabel Persepsi Kegunaan (X1)</b>						
NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Meningkatkan Produktivitas						
1	Saya tertarik memakai flip.id, karena bisa digunakan kapan saja dan dimana saja					
2	Saya minat menggunakan flip.id karena bisa digunakan untuk kebutuhan transaksi sehari-hari					
Indikator : Lebih Efektif						
3	Saya ingin menggunakan flip.id, karena tidak perlu ke agen link/bank untuk melakukan transfer antar negara					
4	Saya ingin menggunakan flip karena tidak perlu pergi ke ATM bila melakukan transfer atau transaksi lainnya					
Indikator : Membuat Pekerjaan Lebih Cepat						
5	Saya tertarik adanya flip.id, karena aktivitas saya tidak terganggu					
6	Saya ingin menggunakan flip.id karena lebih cepat untuk melakukan transaksi antar bank					
Indikator : Sangat Bermanfaat						
7	Saya akan merasakan kegunaan/manfaatnya jika saya sudah menggunakan flip.id					
8	Saya akan merasa senang jika ingin transfer ke antar bank tidak ada biaya admin					
<b>2. Variabel Persepsi Kemudahan (X2)</b>						
NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Mudah Untuk Dipelajari						
1	Saya tertarik menggunakan flip setelah melihat teman saya mudah dalam melakukan transfer ke negara lain					
2	Saya tertarik akan menggunakan flip.id, karena menurut informasi yang saya terima bahwa flip mudah untuk dipelajari					
Indikator : Mudah Digunakan						
3	Saya tertarik menggunakan flip.id, karena akan memudahkan saya untuk melakukan transaksi					
4	Dari ranting yang saya lihat bahwa flip.id banyak yang menggunakan, karena mudah untuk digunakan					

Indikator : Penggunaan Yang Fleksibel						
5	Saya merasa tertarik karena penggunaan flip.id dapat menghemat waktu					
6	Menurut informasi yang saya baca, bahwa penggunaan flip.id sangat fleksibel					
Indikator : Jelas Dan Mudah Dimengerti						
7	Saya akan merasa jelas, jika saya sudah mengetahui fitur apa saja di dalam flip.id					
8	Informasi yang diberikan oleh flip.id tentang kejelasan dan mudah dimengerti seseorang membuat saya ingin menggunakan fli.id					
<b>3. Variabel Promosi (X3)</b>						
NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Periklanan						
1	Saya sangat senang dengan periklanan flip.id lewat akun sosial media					
2	Periklanan flip.id membuat saya mengetahui informasi terbaru mengenai flip.id					
Indikator : Promosi Penjualan						
3	Saya tertarik akan menggunakan flip.id karena adanya promosi yang dilakukan di media sosial					
4	Menurut saya, promosi penjualan yang diadakan flip.id dapat memberikan manfaat bagi penggunaanya					
Indikator : Hubungan Masyarakat						
5	Saya melihat bahwa penerbit aplikasi flip.id membangun citra yang baik					
6	Melalui event yang diadakan flip.id dapat menciptakan hubungan yang baik					
Indikator : Pemasaran Langsung						
7	Saya merasa pemasaran langsung yang dilakukan flip.id membuat saya semakin yakin untuk menggunakannya					
8	Saya merasa pemasran langsung flip.id dapat menjalin hubungan jangka panjang pada penggunaanya					
<b>4. Variabel Kepercayaan (X4)</b>						
NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Kepercayaan melakukan transaksi						
1	Saya percaya bahwa melakukan transaksi pada flip.id sangat mudah dan praktis					

2	Saya percaya bahwa flip.id membantu kebutuhan saat mendesak					
Indikator : Menjaga kepentingan bertansaksi						
3	Saya percaya flip.id akan menjaga transaksi yang dilakukan pengguna					
4	Saya percaya bahwa aplikasi flip.id meningkatkan kepuasan pada para pengguna					
Indikator : Menjaga komitmen dalam melayani nasabah						
5	Saya percaya flip.id dapat mengatasi masalah jika pengguna mengalami kendala transfer					
6	Saya percaya flip.id akan berkomitmen dalam ketentuannya					
Indikator : Memberikan manfaat pada pengguna						
7	Saya percaya flip.id secara keseluruhan memberikan manfaat pada penggunanya					
8	Saya percaya dengan menggunakan flip.id banyak pengguna yang senang karena nyaman dan dapat merasakan manfaatnya					
<b>5. Variabel Minat (Y)</b>						
NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Indikator : Akan bertransaksi						
1	Saya berniat untuk menggunakan flip.id dalam melakukan melakukan transfer					
2	Ketika ingin mentransfer uang, saya akan menggunakan flip.id					
Indikator : Akan merekomendasikan						
3	Saya akan menceritakan pengalaman saya ketika sudah menggunakan flip.id					
4	Setelah saya menggunakan flip.id, saya akan merekomendasikan kepada kerabat					
Indikator : Akan terus menggunakan						
5	Setelah mengetahui flip.id tanpa biaya admin, maka saya akan terus menggunakannya					
6	Saya merasa nyaman dan akan terus menggunakan flip.id untuk transfer beda bank					



Tawangmangu	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Jaten	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jaten	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Jaten	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jaten	5	5	5	5	4	5	4	5	38
Jaten	4	4	5	5	4	5	3	4	34
Jaten	4	3	2	3	3	4	5	4	28
Jaten	3	5	5	5	4	3	4	4	33
Jaten	4	4	5	5	4	4	5	4	35
Kebakkramat	3	4	4	5	5	5	3	4	33
Kebakkramat	4	4	5	5	5	5	5	4	37
Kebakkramat	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Kebakkramat	4	3	3	4	3	3	4	4	28
Kebakkramat	4	3	2	3	2	2	3	3	22
Kebakkramat	5	5	3	2	4	5	5	5	34
Kebakkramat	3	3	4	4	5	5	5	5	34
Matesih	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Matesih	5	5	3	3	3	5	4	4	32
Matesih	3	4	3	3	3	4	3	3	26
Matesih	4	3	4	3	3	3	3	4	27
Matesih	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Matesih	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Colomadu	4	5	4	5	4	5	4	5	36
Colomadu	5	5	5	4	3	4	5	5	36
Colomadu	4	3	3	3	4	3	4	3	27
Colomadu	5	5	5	4	4	3	3	3	32
Colomadu	4	4	4	5	5	5	3	3	33
Colomadu	4	5	4	5	4	5	4	5	36
Colomadu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Ngargoyoso	5	4	5	4	3	4	3	3	31
Ngargoyoso	4	3	4	2	4	5	5	5	32
Ngargoyoso	4	4	5	3	2	2	3	4	27
Ngargoyoso	4	3	3	4	3	3	3	4	27
Tasikmadu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tasikmadu	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Tasikmadu	4	3	4	3	4	5	4	5	32
Tasikmadu	4	5	5	4	5	3	4	4	34
Tasikmadu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tasikmadu	4	5	4	3	4	4	3	5	32
Jatipuro	3	2	4	5	4	5	3	2	28
Jatipuro	5	4	3	2	3	4	4	3	28
Jatipuro	4	5	4	5	4	5	4	5	36
Jatipuro	4	5	4	4	5	4	4	5	35
Jumapolo	3	4	2	3	4	5	3	4	28



Jumapolo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jumapolo	5	5	4	3	5	5	5	5	37
Jumapolo	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Jumapolo	4	4	4	5	4	3	4	5	33
Mojogedang	4	3	3	3	3	4	3	4	27
Mojogedang	4	3	3	5	4	4	5	5	33
Mojogedang	5	4	4	3	4	5	4	4	33
Mojogedang	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Mojogedang	5	4	4	4	4	3	5	4	33
Mojogedang	2	3	3	4	2	4	4	3	25
Mojogedang	4	5	4	4	4	3	4	5	33
Mojogedang	3	3	4	3	4	4	3	4	28
Jenawi	5	5	4	5	5	3	3	3	33
Jenawi	4	5	2	2	3	4	3	2	25
Jenawi	4	5	5	4	3	4	4	4	33
Karangpandan	5	4	3	4	5	2	2	3	28
Karangpandan	3	4	5	4	4	4	3	4	31
Karangpandan	4	4	5	5	4	4	5	4	35
Karangpandan	4	3	4	3	4	4	3	3	28
Karangpandan	5	3	2	3	4	3	4	4	28

Berdomisili di	Persepsi Kemudahan (X2)								Total_X 2
	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	
Karanganyar	4	4	4	3	3	3	3	3	27
Karanganyar	5	5	5	5	4	5	4	5	38
Karanganyar	3	5	3	5	3	3	5	5	32
Karanganyar	3	4	4	3	4	4	4	3	29
Karanganyar	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Karanganyar	4	4	3	4	5	4	4	4	32
Karanganyar	3	4	3	3	4	3	3	4	27
Karanganyar	4	3	2	2	3	4	5	4	27
Karanganyar	5	4	4	5	5	5	5	5	38
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	4	4	5	3	3	3	4	2	28
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	5	5	5	4	4	3	4	4	34
Gondangrejo	4	4	3	4	3	4	3	4	29
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	5	4	5	4	5	4	4	4	35
Gondangrejo	4	4	4	3	4	3	4	5	31
Jumantono	4	5	4	3	3	3	3	4	29
Jumantono	3	3	4	4	3	3	4	3	27
Jumantono	5	5	5	5	4	5	4	4	37
Jumantono	4	3	5	3	3	3	5	4	30
Jumantono	4	4	4	4	5	4	4	3	32
Jumantono	5	4	4	4	5	5	5	4	36
Jatiyoso	5	4	5	4	5	4	5	4	36
Jatiyoso	3	3	3	4	4	3	4	3	27
Jatiyoso	4	4	5	5	4	3	3	4	32
Jatiyoso	4	5	4	4	4	5	4	3	33
Kerjo	5	5	4	4	5	4	5	4	36
Kerjo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Kerjo	3	4	3	4	3	4	3	3	27
Kerjo	3	4	5	4	5	4	4	4	33
Tawangmangu	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Tawangmangu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tawangmangu	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Tawangmangu	3	4	4	2	2	4	4	2	25
Tawangmangu	4	3	4	5	3	4	5	5	33



Jumapolo	4	3	5	4	4	5	4	4	33
Jumapolo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jumapolo	4	4	3	3	4	4	4	3	29
Mojogedang	4	3	4	5	4	5	5	5	35
Mojogedang	4	3	2	3	4	4	3	5	28
Mojogedang	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Mojogedang	4	5	4	5	4	5	5	5	37
Mojogedang	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Mojogedang	4	4	4	3	4	5	4	5	33
Mojogedang	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Mojogedang	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Jenawi	3	3	4	5	4	5	4	4	32
Jenawi	4	4	4	5	5	4	4	4	34
Jenawi	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Karangpandan	5	5	4	5	5	5	4	5	38
Karangpandan	2	4	4	4	5	4	3	2	28
Karangpandan	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Karangpandan	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Karangpandan	4	5	5	4	4	5	4	5	36

Berdomisili di	Promosi (X3)								TOTAL_ X3
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8	
Karanganyar	5	5	5	3	5	5	4	4	36
Karanganyar	4	5	4	5	5	4	5	5	37
Karanganyar	4	3	3	4	3	4	4	4	29
Karanganyar	3	2	3	4	5	4	4	5	30
Karanganyar	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Karanganyar	3	3	4	3	4	3	4	4	28
Karanganyar	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Karanganyar	5	5	4	5	5	5	5	4	38
Karanganyar	3	2	3	3	3	4	4	3	25
Gondangrejo	4	4	4	5	4	4	5	4	34
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	3	2	3	3	3	3	4	3	24
Gondangrejo	4	4	5	4	4	4	5	5	35
Gondangrejo	3	4	3	3	3	3	4	4	27
Gondangrejo	4	3	4	3	4	3	4	4	29
Gondangrejo	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jumantono	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Jumantono	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Jumantono	4	3	2	3	3	3	3	4	25
Jumantono	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Jumantono	3	4	3	4	3	3	3	3	26
Jumantono	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jatiyoso	3	3	2	3	3	3	4	3	24
Jatiyoso	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jatiyoso	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jatiyoso	4	4	3	2	4	2	3	4	26
Kerjo	4	4	4	4	5	4	5	5	35
Kerjo	4	3	2	4	4	3	4	4	28
Kerjo	4	4	4	4	3	4	4	5	32
Kerjo	3	4	4	5	4	3	4	4	31
Tawangman gu	3	3	3	3	2	3	3	4	24
Tawangman gu	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Tawangman gu	2	3	4	3	2	3	4	4	25
Tawangman gu	2	3	4	3	4	4	5	4	29
Tawangman gu	4	5	5	4	5	5	5	4	37

Jaten	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Jaten	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Jaten	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jaten	4	4	3	3	4	3	4	4	29
Jaten	3	3	3	3	3	3	4	4	26
Jaten	5	4	4	5	4	5	5	4	36
Jaten	4	3	3	4	3	4	3	4	28
Jaten	4	5	4	3	3	4	4	5	32
Kebakkramat	5	5	5	4	5	4	5	5	38
Kebakkramat	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Kebakkramat	3	4	3	2	3	3	5	4	27
Kebakkramat	4	3	3	3	3	3	4	3	26
Kebakkramat	3	4	4	4	4	3	4	4	30
Kebakkramat	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Kebakkramat	4	4	3	4	4	4	3	4	30
Matesih	3	3	2	3	3	3	4	3	24
Matesih	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Matesih	4	3	3	4	3	4	4	5	30
Matesih	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Matesih	3	3	2	3	3	4	4	4	26
Matesih	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Colomadu	4	4	4	4	3	4	5	4	32
Colomadu	3	2	3	4	4	4	3	4	27
Colomadu	2	3	4	3	3	4	5	5	29
Colomadu	3	4	3	4	4	5	5	4	32
Colomadu	3	3	4	3	4	3	4	5	29
Colomadu	4	4	4	5	3	3	3	4	30
Colomadu	4	4	4	4	4	5	4	5	34
Ngargoyoso	3	2	3	4	3	2	3	4	24
Ngargoyoso	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Ngargoyoso	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Ngargoyoso	3	2	3	5	4	3	3	4	27
Tasikmadu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tasikmadu	4	4	3	2	4	3	4	4	28
Tasikmadu	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Tasikmadu	3	3	3	4	3	3	3	3	25
Tasikmadu	3	3	4	3	3	2	3	4	25
Tasikmadu	2	3	4	4	4	3	4	4	28



Berdomisili di	Kepercayaan (X4)								Total_X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	
Karanganyar	5	4	5	5	5	4	4	5	37
Karanganyar	4	5	4	5	5	5	4	5	37
Karanganyar	3	4	4	3	3	4	3	4	28
Karanganyar	4	3	4	3	4	5	5	3	31
Karanganyar	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Karanganyar	4	5	4	5	4	3	4	3	32
Karanganyar	4	4	4	3	4	5	5	4	33
Karanganyar	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Karanganyar	4	3	3	4	3	3	3	3	26
Gondangrejo	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Gondangrejo	4	4	2	4	4	2	4	3	27
Gondangrejo	5	4	5	3	2	3	2	3	27
Gondangrejo	4	5	4	5	5	5	5	5	38
Gondangrejo	4	3	3	4	3	4	3	5	29
Gondangrejo	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jumantono	4	4	4	5	5	4	3	2	31
Jumantono	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Jumantono	4	3	5	3	5	4	5	5	34
Jumantono	4	3	4	4	4	5	5	4	33
Jumantono	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Jumantono	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jatiyoso	3	4	3	3	3	2	2	3	23
Jatiyoso	4	4	3	3	5	5	4	5	33
Jatiyoso	2	2	3	4	4	3	3	4	25
Jatiyoso	5	4	4	3	3	4	5	5	33
Kerjo	4	5	4	5	4	5	4	4	35
Kerjo	4	3	4	3	4	3	4	5	30
Kerjo	4	5	4	5	3	3	4	4	32
Kerjo	5	5	5	4	3	4	3	4	33
Tawangmangu	3	3	3	2	2	4	4	4	25
Tawangmangu	4	4	3	4	4	4	4	5	32
Tawangmangu	3	3	4	3	3	4	3	4	27
Tawangmangu	4	4	5	4	4	4	4	5	34
Tawangmangu	5	4	5	5	5	5	5	5	39



Jaten	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Jaten	5	5	5	3	5	3	3	5	34
Jaten	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jaten	5	5	5	4	4	3	3	3	32
Jaten	3	4	3	4	4	4	4	5	31
Jaten	4	5	5	5	5	4	3	3	34
Jaten	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jaten	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Kebakkramat	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Kebakkramat	3	4	5	5	4	4	3	3	31
Kebakkramat	4	3	3	4	4	4	3	4	29
Kebakkramat	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Kebakkramat	4	5	4	5	5	5	4	5	37
Kebakkramat	4	4	4	5	5	5	4	3	34
Kebakkramat	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Matesih	5	4	5	3	5	3	3	3	31
Matesih	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Matesih	4	3	4	3	4	5	4	3	30
Matesih	5	4	3	3	5	5	5	5	35
Matesih	4	5	4	4	4	4	4	3	32
Matesih	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Colomadu	5	5	4	5	4	5	4	5	37
Colomadu	4	5	4	3	4	4	4	5	33
Colomadu	3	4	4	3	3	3	3	2	25
Colomadu	4	5	5	5	4	4	3	3	33
Colomadu	4	3	4	3	4	5	5	4	32
Colomadu	4	4	5	4	5	3	4	5	34
Colomadu	5	5	5	4	4	5	5	5	38
Ngargoyoso	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Ngargoyoso	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Ngargoyoso	5	4	4	3	4	4	4	4	32
Ngargoyoso	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tasikmadu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tasikmadu	2	3	4	4	4	3	4	4	28
Tasikmadu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Tasikmadu	4	3	3	4	5	4	5	4	32
Tasikmadu	3	2	3	4	4	3	3	5	27
Tasikmadu	4	3	4	3	3	3	4	3	27
Jatipuro	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Jatipuro	5	5	5	5	4	4	4	5	37
Jatipuro	4	5	3	3	5	5	4	4	33
Jatipuro	3	3	4	4	5	4	5	3	31
Jumapolo	4	5	3	3	5	3	4	4	31
Jumapolo	5	5	5	5	4	5	4	5	38

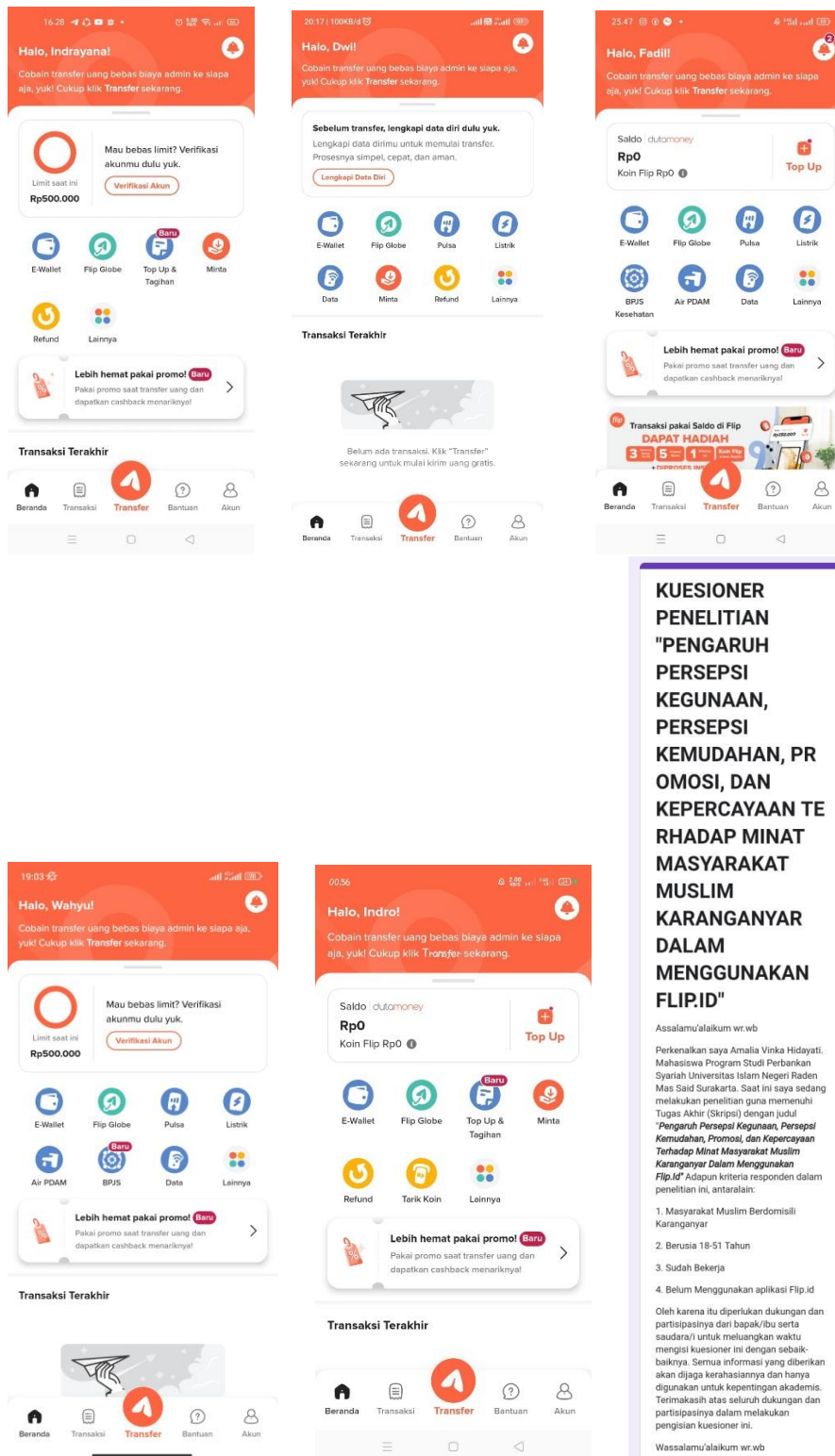


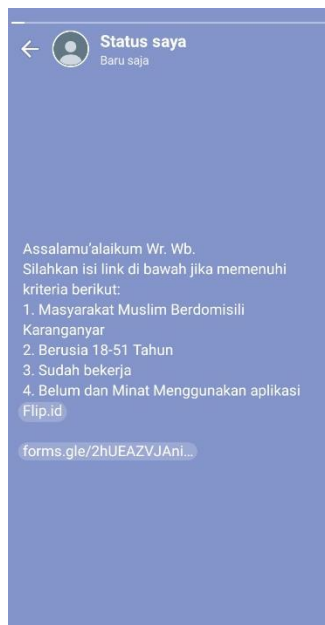
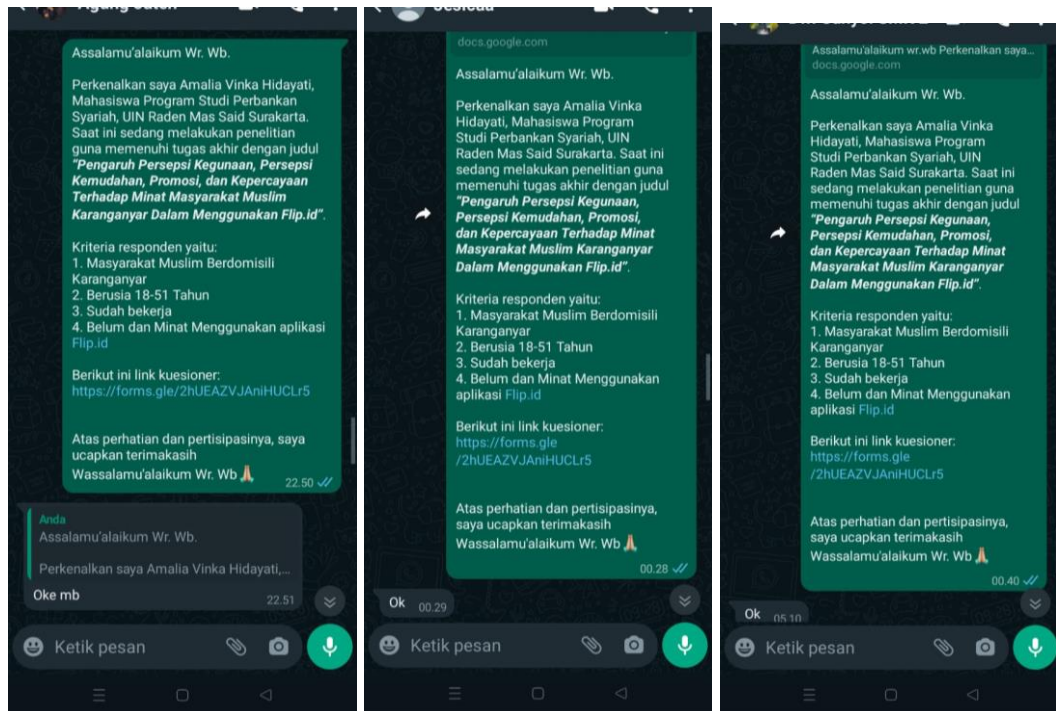
Berdomisili di	Minat (Y)						Total_Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Karanganyar	4	5	5	4	4	4	26
Karanganyar	5	5	5	5	5	5	30
Karanganyar	3	3	4	4	4	4	22
Karanganyar	4	4	4	3	4	3	22
Karanganyar	5	5	5	5	5	5	30
Karanganyar	4	5	4	5	4	4	26
Karanganyar	4	3	4	3	4	5	23
Karanganyar	3	4	4	5	5	5	26
Karanganyar	5	4	5	4	4	5	27
Gondangrejo	4	5	5	5	4	3	26
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	30
Gondangrejo	5	3	3	2	3	3	19
Gondangrejo	4	4	4	4	4	4	24
Gondangrejo	3	2	2	3	3	3	16
Gondangrejo	4	5	4	5	4	4	26
Gondangrejo	4	4	4	5	4	4	25
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	30
Gondangrejo	5	5	5	5	5	5	30
Jumantono	2	3	4	4	3	3	19
Jumantono	4	4	5	5	4	4	26
Jumantono	4	5	5	5	5	5	29
Jumantono	3	3	3	4	3	3	19
Jumantono	4	3	4	3	3	3	20
Jumantono	5	5	4	5	4	5	28
Jatiyoso	2	2	2	2	2	2	12
Jatiyoso	5	5	5	5	5	5	30
Jatiyoso	5	5	5	5	5	5	30
Jatiyoso	5	4	3	4	4	5	25
Kerjo	5	5	5	5	5	5	30
Kerjo	3	4	3	5	3	3	21
Kerjo	4	4	4	4	4	4	24
Kerjo	4	3	3	4	4	3	21
Tawangmangu	3	3	3	3	3	3	18
Tawangmangu	3	4	3	4	5	4	23
Tawangmangu	3	3	3	3	4	4	20
Tawangmangu	4	3	4	3	4	4	22
Tawangmangu	4	4	4	4	4	4	24
Jaten	5	5	4	4	4	3	25
Jaten	4	4	4	4	5	5	26
Jaten	5	5	5	5	5	5	30
Jaten	4	3	4	5	3	3	22

Jaten	5	5	4	5	5	5	29
Jaten	3	3	3	4	4	4	21
Jaten	4	4	5	5	5	5	28
Jaten	4	4	4	4	4	4	24
Kebakkramat	5	5	5	4	4	5	28
Kebakkramat	5	5	5	5	5	5	30
Kebakkramat	5	5	5	5	5	5	30
Kebakkramat	5	4	4	4	4	5	26
Kebakkramat	4	5	4	4	5	4	26
Kebakkramat	4	4	5	5	5	5	28
Kebakkramat	3	3	3	2	3	3	17
Matesih	3	3	4	3	2	3	18
Matesih	5	5	5	5	5	5	30
Matesih	5	5	4	5	3	3	25
Matesih	4	5	5	4	3	4	25
Matesih	4	3	3	4	4	5	23
Matesih	5	5	5	5	5	5	30
Colomadu	5	3	3	3	5	5	24
Colomadu	3	4	3	3	4	5	22
Colomadu	2	3	2	3	2	2	14
Colomadu	4	4	4	4	4	4	24
Colomadu	5	4	3	3	3	3	21
Colomadu	4	4	4	4	3	3	22
Colomadu	5	4	5	4	4	4	26
Ngargoyoso	3	2	2	4	3	4	18
Ngargoyoso	5	5	5	5	5	5	30
Ngargoyoso	5	5	5	5	5	5	30
Ngargoyoso	4	4	4	5	5	4	26
Tasikmadu	5	5	5	5	5	5	30
Tasikmadu	3	3	4	4	4	4	22
Tasikmadu	5	5	5	4	5	5	29
Tasikmadu	3	4	3	3	4	4	21
Tasikmadu	3	4	3	4	2	2	18
Tasikmadu	4	4	5	4	3	4	24
Jatipuro	5	5	5	5	5	5	30
Jatipuro	3	4	4	3	4	4	22
Jatipuro	3	3	3	4	3	4	20
Jatipuro	5	5	4	3	4	3	24
Jumapolo	3	3	3	5	4	5	23
Jumapolo	4	4	5	5	5	4	27
Jumapolo	5	5	5	4	4	4	27
Jumapolo	3	4	5	4	4	5	25
Jumapolo	3	2	3	2	3	4	17
Mojoedang	3	2	2	3	4	4	18

Mojogedang	3	3	3	4	4	4	21
Mojogedang	5	5	3	3	4	4	24
Mojogedang	5	5	5	5	5	5	30
Mojogedang	3	3	2	3	3	3	17
Mojogedang	3	4	4	3	2	2	18
Mojogedang	4	3	4	3	2	3	19
Mojogedang	5	4	3	2	4	4	22
Jenawi	5	4	5	5	4	5	28
Jenawi	5	5	5	5	5	5	30
Jenawi	3	2	3	3	3	4	18
Karangpandan	4	3	3	5	2	2	19
Karangpandan	3	3	3	3	4	3	19
Karangpandan	3	4	3	4	3	4	21
Karangpandan	5	5	5	5	5	5	30
Karangpandan	5	5	5	5	5	5	30

## Lampiran 4 Bukti Minat Penggunaan Flip.id





## Lampiran 5 Hasil Output SPSS

## 1. Uji Instrumen

## a. Uji Normalitas

## 1) Variabel Persepsi Kegunaan

## Correlations

		X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	TOTAL_ X1
X1.1	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	1	,498 ** ,000	,339 ** ,001	,152 ,131	,267 ** ,007	,180 ,073	,373 ** ,000	,262 ** ,008	,531** ,000 100
X1.2	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,498 ** ,000	1 ,000	,527 ** ,000	,383 ** ,000	,370 ** ,000	,336 ** ,001	,356 ** ,000	,418 ** ,000	,696** ,000 100
X1.3	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,339 ** ,001	,527 ** ,000	1 ,000	,650 ** ,000	,500 ** ,000	,333 ** ,001	,381 ** ,000	,379 ** ,000	,753** ,000 100
X1.4	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,152 ,131	,383 ** ,000	,650 ** ,000	1 ,000	,564 ** ,000	,324 ** ,001	,344 ** ,000	,335 ** ,001	,694** ,000 100
X1.5	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,267 ** ,007	,370 ** ,000	,500 ** ,000	,564 ** ,000	1 ,000	,487 ** ,000	,345 ** ,000	,414 ** ,000	,719** ,000 100
X1.6	Pearson Correlati on	,180	,336 **	,333 **	,324 **	,487 **	1	,511 **	,527 **	,674**



	Sig. (2-tailed)	,073	,001	,001	,001	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,373**	,356**	,381**	,344**	,345**	,511**	1	,661**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,262**	,418**	,379**	,335**	,414**	,527**	,661**	1	,728**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,531**	,696**	,753**	,694**	,719**	,674**	,719**	,728**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## 2) Variabel Persepsi Kemudahan

### Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL_X2
X2.1	1	,631**	,528**	,491**	,532**	,492**	,528**	,485**	,768**
		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	,631**	1	,562**	,510**	,519**	,490**	,472**	,466**	,760**
	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	,528**	,562**	1	,612**	,566**	,488**	,479**	,368**	,761**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,491**	,510**	,612**	1	,663**	,510**	,586**	,519**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,532**	,519**	,566**	,663**	1	,636**	,523**	,421**	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,492**	,490**	,488**	,510**	,636**	1	,504**	,465**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,528**	,472**	,479**	,586**	,523**	,504**	1	,526**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,485**	,466**	,368**	,519**	,421**	,465**	,526**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,768**	,760**	,761**	,809**	,800**	,750**	,751**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

## 3) Variabel Promosi

**Correlations**

	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8	TOTAL_ X3
X3.1 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	1   100	,771 **  100	,598 **  100	,625 **  100	,674 **  100	,693 **  100	,548 **  100	,579 **  100	,842**   100
X3.2 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,771 **  100	1   100	,726 **  100	,584 **  100	,702 **  100	,681 **  100	,666 **  100	,585 **  100	,876**   100
X3.3 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,598 **  100	,726 **  100	1   100	,583 **  100	,666 **  100	,663 **  100	,613 **  100	,629 **  100	,833**   100
X3.4 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,625 **  100	,584 **  100	,583 **  100	1   100	,582 **  100	,634 **  100	,524 **  100	,533 **  100	,774**   100
X3.5 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,674 **  100	,702 **  100	,666 **  100	,582 **  100	1   100	,663 **  100	,615 **  100	,592 **  100	,837**   100
X3.6 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,693 **  100	,681 **  100	,663 **  100	,634 **  100	,663 **  100	1   100	,698 **  100	,625 **  100	,862**   100



X3.4	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,380 ** ,000 100	,588 ** ,000 100	,547 ** ,000 100	1  100	,496 ** ,000 100	,463 ** ,000 100	,313 ** ,002 100	,334 ** ,001 100	,710**  100
X3.5	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,423 ** ,000 100	,377 ** ,000 100	,376 ** ,000 100	,496 ** 100	1  100	,487 ** ,000 100	,540 ** ,000 100	,426 ** ,000 100	,700**  100
X3.6	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,539 ** ,000 100	,483 ** ,000 100	,448 ** ,000 100	,463 ** 100	,487 ** 100	1  100	,664 ** ,000 100	,492 ** ,000 100	,784**  100
X3.7	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,502 ** ,000 100	,317 ** ,001 100	,332 ** ,001 100	,313 ** ,002 100	,540 ** ,000 100	,664 ** 100	1  100	,556 ** ,000 100	,720**  100
X3.8	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,474 ** ,000 100	,331 ** ,001 100	,346 ** ,000 100	,334 ** ,001 100	,426 ** ,000 100	,492 ** ,000 100	,556 ** 100	1  100	,682**  100
TOTAL_ X3	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,780 ** ,000 100	,744 ** ,000 100	,722 ** ,000 100	,710 ** ,000 100	,700 ** ,000 100	,784 ** ,000 100	,720 ** ,000 100	,682 ** ,000 100	1  100

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

## 5) Variabel Minat

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_ Y
Y1	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	1	,717* *	,641* *	,445* *	,577* *	,535* *	,795**  ,000 100
Y2	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,717* *	1	,752* *	,622* *	,611* *	,482* *	,853**  ,000 100
Y3	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,641* *	,752* *	1	,643* *	,596* *	,564* *	,856**  ,000 100
Y4	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,445* *	,622* *	,643* *	1	,568* *	,511* *	,771**  ,000 100
Y5	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,577* *	,611* *	,596* *	,568* *	1	,820* *	,847**  ,000 100
Y6	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,535* *	,482* *	,564* *	,511* *	,820* *	1	,794**  ,000 100

TOTAL_Y	Pearson Correlation	,795*	,853*	,856*	,771*	,847*	,794*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

## b. Uji Reliabilitas

### 1) Variabel Persepsi Kegunaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28,73	19,391	,408	,844
X1.2	28,77	17,755	,588	,824
X1.3	28,88	16,773	,647	,816
X1.4	28,76	17,295	,571	,827
X1.5	28,82	17,442	,613	,821
X1.6	28,77	17,694	,554	,829
X1.7	28,92	17,347	,612	,821
X1.8	28,79	17,178	,620	,820

### 2) Variabel Persepsi Kemudahan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28,85	15,947	,664	,857
X1.2	28,72	16,406	,622	,862
X1.3	28,71	16,248	,685	,855
X1.4	28,78	15,769	,694	,854
X1.5	28,67	16,425	,615	,862
X1.6	28,67	16,223	,602	,864
X1.7	28,44	17,158	,643	,861
X1.8	28,34	17,378	,574	,867

## 3) Variabel Promosi

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	28,04	23,089	,783	,919
X3.2	28,07	22,409	,825	,916
X3.3	27,99	23,424	,774	,920
X3.4	27,89	23,957	,697	,926
X3.5	28,00	23,535	,780	,920
X3.6	28,00	22,848	,809	,917
X3.7	27,65	24,876	,732	,924
X3.8	27,59	25,800	,708	,926

## 4) Variabel Kepercayaan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	8



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	29,16	18,338	,700	,852
X3.2	29,18	18,331	,647	,857
X3.3	29,17	18,749	,625	,860
X3.4	29,26	18,558	,602	,862
X3.5	29,04	19,089	,603	,862
X3.6	29,21	18,067	,701	,851
X3.7	29,21	18,794	,623	,860
X3.8	29,15	18,735	,565	,866

5) Variabel Minat Menggunakan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	6

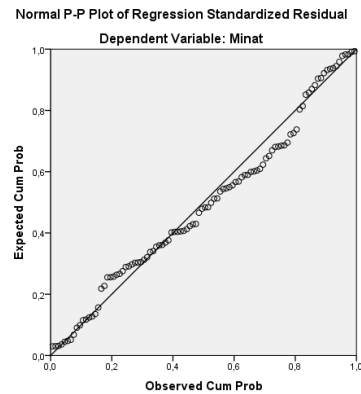
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	20,15	14,553	,701	,889
Y2	20,20	13,859	,777	,878
Y3	20,21	13,804	,781	,877
Y4	20,12	14,672	,666	,895
Y5	20,21	14,067	,772	,879
Y6	20,11	14,523	,698	,890

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### 1) Uji Normalitas dengan P-P Plot



##### 2) Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,79787107
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,071
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,098 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## b. Uji Multikolonieritas

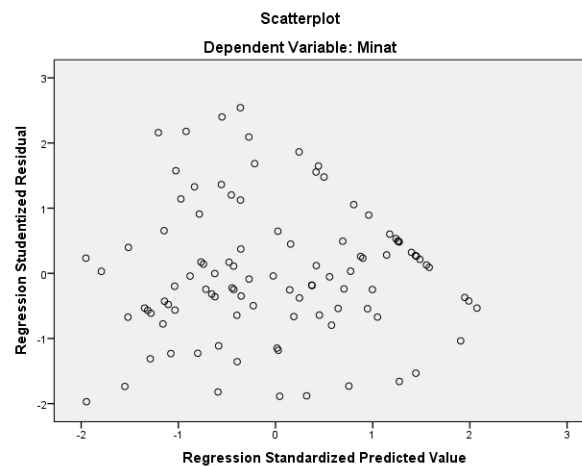
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-7,457	3,197		2,333	,022		
Persepsi Kegunaan	,136	,063	,144	2,144	,035	,910	1,099
Persepsi Kemudahan	,147	,060	,165	2,461	,016	,913	1,095
Promosi	,405	,071	,501	5,708	,000	,532	1,878
Kepercayaan	,285	,080	,310	3,550	,001	,537	1,862

a. Dependent Variable: Minat

## c. Uji Heteroskedastisitas

## 1) Uji Heteroskedastisitas dengan scatterplot



## 2) Uji Heteroskedastisitas dengan uji glesjer

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,937	1,972		2,504	,014
Persepsi Kegunaan	,010	,039	,028	,267	,790
Kepercayaan	-,005	,037	-,015	-,145	,885
Promosi	,012	,044	,039	,283	,777
Kepercayaan	-,101	,049	-,276	-2,035	,055

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## 3. Uji Ketetapan model

## a. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,782 <sup>a</sup>	,611	,595	2,856

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Promosi

## b. Uji F (Simultan)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1217,020	4	304,255	37,297	,000 <sup>b</sup>
	Residual	774,980	95	8,158		
	Total	1992,000	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Promosi

## 4. Uji Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7,457	3,197		-2,333	,022
Persepsi Kegunaan	,136	,063	,144	2,144	,035
Persepsi Kemudahan	,147	,060	,165	2,461	,016
Promosi	,405	,071	,501	5,708	,000
Kepercayaan	,285	,080	,310	3,550	,001

a. Dependent Variable: Minat

## 5. Uji Hipotesis

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7,457	3,197		-2,333	,022
Persepsi Kegunaan	,136	,063	,144	2,144	,035
Persepsi Kemudahan	,147	,060	,165	2,461	,016
Promosi	,405	,071	,501	5,708	,000
Kepercayaan	,285	,080	,310	3,550	,001

a. Dependent Variable: Minat

## Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

## Data Pribadi

Nama : Amalia Vinka Hidayati  
Tempat Tanggal Lahir : Karanganyar, 15 November 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Beji Wetan, Kemiri, Kebakkramat  
Email : [amalia.vinkah@gmail.com](mailto:amalia.vinkah@gmail.com)

## Pendidikan

SD Negeri 1 Kemiri	2007-2013
SMP Negeri 1 Kebakkramat	2013-2016
SMK Negeri 1 Karanganyar	2016-2019

## Lampiran 7 Hasil Cek Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id.  
 - Email: info@iain-surakarta.ac.id.

**SURAT KETERANGAN TURNITIN**

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Amalia Vinka Hidayati  
 NIM : 195231179  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Muslim Karanganyar Dalam Menggunakan Flip.Id  
 Paper ID : 2129935103  
 Date : 12 Juli 2023  
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 23%



**LAMPIRAN**

S_Amalia V	
SIMILARITY INDEX	
<b>23%</b>	<b>23%</b>
<small>SIMILARITY INDEX</small>	<small>ATRIUM SOURCES</small>
<small>14%</small>	<small>13%</small>
<small>PUBLICATIONS</small>	<small>STUDENT PAPERS</small>
MATCH SOURCES	
eprints.iain-surakarta.ac.id	5%
eprints.walisongo.ac.id	1%
Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur	1%
repository.uib.ac.id	1%
Submitted to Universitas Diponegoro	1%
Submitted to Universitas Putera Batam	1%
digital.uinsby.ac.id	1%
etd.iain-palangdisimpuan.ac.id	1%
repository.steykpn.ac.id	1%