

**PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA BANK
SYARIAH**

**(Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten
Pringsewu)**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam Ilmu
Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**Siti Khotijah
NPM. 1951020452**

Jurusan : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag.,M.Ag.

Pembimbing II : Zathu Restie Utamie, M.Pd.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2023M**

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah disertai dengan perkembangan teknologi yang makin pesat di era revolusi industri 4.0, dapat menjadi peluang penduduk muslim dan penduduk generasi milenial untuk meningkatkan pertumbuhan keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh fitur layanan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah serta pandangan islam terhadap setiap variabel. Objek dalam penelitian ini adalah pada masyarakat generasi milenial wilayah Kabupaten Pringsewu .

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer yang diperoleh langsung dari responden menggunakan penyebaran kuisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah generasi milenial Kabupaten Pringsewu yang sedang atau pernah menggunakan *internet banking* pada bank syariah. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah. Dalam perspektif ekonomi islam, variabel fitur layanan, kepercayaan dan keamanan dapat memunculkan perasaan minat yang tercantum dalam surat Ar-Ra'ad ayat 11 yang menggambarkan keinginan, dan minat dalam kehidupan dunia supaya tercapainya tujuan yang diinginkan.

Kata kunci: *Fitur Layanan, Kepercayaan, Keamanan, Minat, Generasi Milenial, Internet Banking, Bank Syariah.*

ABSTRACT

Islamic economic and financial growth accompanied by increasingly rapid technological developments in the era of the industrial revolution 4.0, can be an opportunity for the muslim population and the millennial generation to increase the growth of Islamic finance. Is a banking transaction service that can be accessed easily anytime and anywhere. This study aims to examine and analyze the effect of service features, trust and security on the millennial generation's interest in using internet banking at Islamic banks and Islamic views of each variable. The object of this research is the millennial generation community in Pringsewu Regency.

This study uses primary data collection techniques obtained directly from respondents using a questionnaire. The sampling technique in this study was a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The sample in this study is the millennial generation of Pringsewu Regency who are or have used internet banking at Islamic banks. The number of samples used is 100 respondents.

The results of this study indicate that the variable service features, trust and security have a partial and simultaneous significant effect on the millennial generation's interest in using internet banking at Islamic banks. In an Islamic economic perspective, service, trust and security feature variables that can bring satisfaction, can bring up feelings of interest listed in the letter Ar-Ra'ad (11) which explains desires, and interest in worldly life in order to achieve the goals set

Keywords: *Service Features, Trust, Security, Interest, Millennials, Internet Banking, Islamic Banks.*

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Khotijah
NPM : 1951020452
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat menggunakan Internet Banking pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten Pringsewu)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 27 Februari 2023

Penulis,



Siti Khotijah
NPM. 1951020452

PERSETUJUAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 3151 (0721) 7040 30

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten Pringsewu)**

Nama : Siti Khotijah
NPM : 1951020452
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
Bandar Lampung, Maret 2023

Pembimbing I

Dr. Svamsol Hilal S.Ag., M.Ag.
NIP. 196909272001121001

Pembimbing II

Zathu Restio Utamie, M.Pd.
NIP.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Any Eliza, M.Ak.
NIP. 19830815200601200

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 3151 (0721) 7040 30

PENGESAHAN

PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten Pringsewu) disusun oleh Siti Khotijah, NPM : 1951020452, Program Studi Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Hari Senin, 22 Mei 2023

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. H. Nasruddin, M.Ag

Sekretaris : Erlin Kurniati, M.M

Penguji I : Adib Fachri, M.E.Sy

Penguji II : Dr. Syamsul Hilal, M.Ag

Mengetahui,
Rektor Universitas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Agus Safwanto, SE., M.M, Akt.CA

19700926200811008

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: Hai orang-orang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, maka tuliskanlah.¹

(QR. Surat Al-Baqarah ayat 282)



¹ Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 282, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hlm 47.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat, karunia, dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran untuk penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Sebagai bukti dan kasih sayang yang sangat mendalam, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku kepada Bapak Suwardi dan Ibu Sri Mulasih yang telah menjadi motivator terbesar dalam hidup. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan serta dukungan baik materil maupun non materil yang telah diberikan kepadaku hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Adikku Dwika Putra Mahfud yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk terus menuntut ilmu.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan dan sepermainan yang telah menemani Lusita Sari, Lisa Bella, Friska Indriani, Rizky Amalia, Luthi Yusuf, Anisa Novalia, dan teman-teman Perbankan Syariah E angkatan 2019, semoga silaturahmi tetap terjalin diantara kita.
4. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah menjadi tempatku menuntut ilmu.

RIWAYAT HIDUP

Siti Khotijah dilahirkan di Watu Agung pada tanggal 23 Agustus 2001. Penulis merupakan putri pertama dari pasangan Bapak Suwardi dan Ibu Sri Mulasih. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar SDN 04 Watu Agung selesai pada tahun 2013, yang kemudian melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama SMP Negeri 1 Adiluwih yang selesai pada tahun 2016, selanjutnya penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Adiluwih yang selesai pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung di mulai dari semester I TA 2019/2020.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten Pringsewu)”** dapat diselesaikan. Shalawat beserta salam senantiasa terlimpah curahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang dinanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program studi (S1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Atas bantuan semua pihak dalam proses menyelesaikan skripsi, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt, C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
2. Ibu Any Eliza., S.E., M.Ak selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Syamsul Hilal, S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan member arahan dalam

membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

4. Ibu Zathu Restie Utamie, M.Pd selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini selesai.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi, ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Teman-teman satu kelas Perbankan Syariah E dan angkatan 2019 yang telah menjadi teman seperjuanganku di perkuliahan.
7. Seluruh pihak yang telah banyak membantu. Penulis ucapkan terimakasih semoga kita bisa berkumpul kembali dan tidak putus tali selaturahmi.

Akhir kata apabila dalam penulisan terdapat kesalahan mohon maaf dan kepada Allah penulis mohon ampun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi penulis dan semua pihak. Aamiin.

Bandar Lampung, 20 Maret 2023

Penulis

Siti Khotijah

NPM. 1951020452

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	18
D. Rumusan Masalah.....	19
E. Tujuan Penelitian	19
F. Manfaat Penelitian	20
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
H. Sistematika Penulisan	26
BAB II.....	29
LANDASAN TEORI.....	29
A. Teori Yang Digunakan.....	29

1.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	29
2.	Minat.....	32
3.	Fitur Layanan	36
4.	Kepercayaan.....	40
5.	Keamanan	46
B.	Pengajuan Hipotesis	53
BAB III		61
METODE PENELITIAN		61
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	61
B.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	61
C.	Populasi dan Sampel	62
1.	Populasi.....	62
2.	Sampel	63
D.	Sumber Data	64
1.	Data Primer	65
2.	Data Sekunder.....	65
E.	Teknik Pengumpulan Data	65
F.	Definisi Operasional Variabel	67
1.	Fitur Layanan	67
2.	Kepercayaan.....	68
3.	Keamanan	70
4.	Minat.....	71
G.	Teknik Pengolahan Data	73
1.	Uji Kualitas Data.....	73
2.	Uji Asumsi Klasik.....	74
3.	Regresi Linier Berganda	76

4. Uji Hipotesis	77
BAB IV	79
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Analisis Data.....	79
1. Karakteristik Responden	79
2. Statistik Deskriptif	85
B. Uji Kualitas Data.....	89
1. Uji Validitas	89
2. Uji Reabilitas	90
C. Uji Asumsi Klasik.....	91
1. Uji Normalitas.....	91
2. Uji Multikolinearitas	92
3. Uji Heteroskedastisitas.....	94
D. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	94
E. Uji Hipotesis	97
1. Hasil Uji Parsial (t-test).....	97
2. Hasil Uji Simultan (F-test)	100
3. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	101
F. Hasil Penelitian dan Analisis.....	103
1. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Internet Banking</i> Pada Bank Syariah	103
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Internet Banking</i> Pada Bank Syariah	104
3. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan <i>Internet Banking</i> Pada Bank Syariah	106

4. Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah.....	107
BAB V	113
SIMPULAN DAN REKOMENDASI	113
A. Simpulan	113
B. Rekomendasi.....	114
DAFTAR RUJUKAN	117
LAMPIRAN.....	124



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar pengguna <i>Internet Banking</i>	16
Tabel 1.2 Kajian Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Bobot Penilaian Skala Likert	66
Tabel 3.2 Indikator Fitur Layanan (X1).....	68
Tabel 3.3 Indikator Kepercayaan (X2)	68
Tabel 3.4 Indikator Keamanan (X3).....	70
Tabel 3.5 Indikator Minat (Y)	71
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	79
Tabel 4.2 Usia Responden.....	80
Tabel 4.3 Daerah Tempat Tinggal Responden	81
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	82
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden.....	83
Tabel 4.6 Lama Responden Menggunakan <i>Internet Banking</i>	84
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Mengenai Fitur Layanan	85
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan	86
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Mengenai Keamanan.....	87
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat	88
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Hasil Penelitian	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Hasil Penelitian	91
Tabel 4.13 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	92
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	93
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser.....	94
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	95
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial).....	98
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan)	101
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi R ²	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Daftar Negara dengan Pengguna Internet Terbesar.....	4
Gambar 1.2	Grafik Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Menurut Usia.....	6
Gambar 1.3	Grafik Produk Perbankan dan Keuangan yang Digunakan Generasi Milenial.....	9
Gambar 1.4	Grafik Intensitas Penggunaan Internet untuk Akses Transaksi Perbankan	10
Gambar 2.1	<i>Technology Acceptance Model</i> (Davis, 1989).....	29
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	124
Lampiran 2	Jawaban Responden	133
Lampiran 3	Hasil SPSS Uji Kualitas Data.....	146
Lampiran 4	Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik	152
Lampiran 5	Uji Regresi Linear Berganda.....	153
Lampiran 6	Hasil SPSS Uji Hipotesis	154
Lampiran 7	Surat Izin Riset Penelitian Kabupaten Pringsewu	155
Lampiran 8	Surat Keterangan Hasil Turnitin.....	156



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka diperlukan adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi disinterpretasi terhadap penekanan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami dan mengembangkan judul skripsi, maka perlu dipertegas judul yang saya ambil yaitu: “**Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Syariah (Studi pada masyarakat generasi milenial kabupaten pringsewu)**”. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh** adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.²
2. **Fitur** adalah sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk lain.³ **Pelayanan** adalah sebuah bentuk tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu

² *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm 1150.

³ P. Kotler dan G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, 1 ed. (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 273.

pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁴

3. **Kepercayaan** adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada orang lain dengan resiko tertentu. Kepercayaan nasabah atau konsumen (*customer beliefs*) adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dengan kesimpulan yang dibuat konsumen tentang atribut, objek, dan manfaatnya.⁵
4. **Keamanan** didefinisikan sebagai perlindungan data yang dilakukan oleh pihak tertentu terhadap kesalahan maupun penyalahgunaan dengan memodifikasi serta menghancurkannya.⁶
5. **Minat** merupakan kecenderungan, keinginan, kegairahan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada yang memerintah terhadap sesuatu.⁷
6. **Generasi Milenial** merupakan kelompok demografi yang hadir setelah generasi x. Konsep generasi milenial adalah penduduk Indonesia yang lahir pada tahun 1980 hingga tahun 2000.⁸

⁴ F. Laksana, *Manajemen Pemasaran*, 1 ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), hlm 85.

⁵ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, (Makasar: Alauddin University Press, 2016), hlm 113.

⁶ G. Udo, "Privacy and Security E-Commerce: A Survey Study", *The Journal of Information Management & Computer Security*, (2011), hlm 14.

⁷ Anwar. M. F., "Pengaruh Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan mobie banking" *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*, (2018), hlm 28.

⁸ Ali Said, et al. 2018. *Statistik Gender Tematik Profil Generasi Milenial*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, hlm 14.

7. **Internet Banking** adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dirumah, tempat usaha atau di lokasi lain yang bukan di bank rill (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer dan handphone.⁹
8. **Bank Syariah** adalah sebuah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang dalam kegiatan operasionalnya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.¹⁰

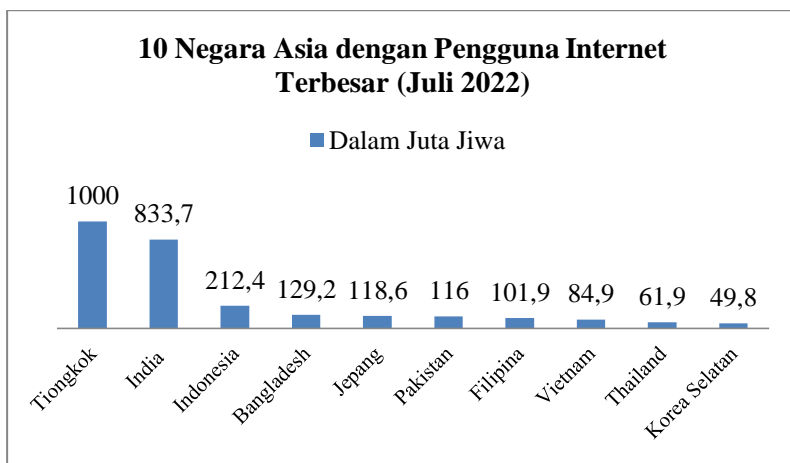
Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas, maka ditegaskan bahwa yang dimaksud dalam judul skripsi ini adalah untuk menguji bagaimana fitur layanan, kepercayaan dan keamanan dapat berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

⁹ Annisa Fitria, Aang Munawar, dan Pebi Paisal Pratama, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI", *Jurnal Informatika Kesatuan*, Vol. 1, No. 1. (2021), hlm 44.

¹⁰ Setia Budhi Wilardjo, "Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia", *Jurnal Value Added*, Vol. 2, No. 1. (2005), hlm 3.

B. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan teknologi yang mengalami kemajuan pesat. Pada era ini, mayoritas masyarakat selalu menggunakan teknologi berbasis internet. Internet merupakan server yang banyak digunakan dan paling efektif dalam penggunaan sistem informasi. Internet sudah banyak diketahui dan selalu digunakan masyarakat dari berbagai kalangan. Perkembangan internet di Indonesia selalu bertambah setiap tahunnya dengan jumlah yang besar. Banyaknya jumlah pengguna internet yang digunakan di *smartphone* dengan menggunakan sistem android dan iOS dari teknologi informasi yang menyebabkan adanya aplikasi yang berbasis internet.¹¹



Gambar 1.1
Daftar Negara dengan Pengguna Internet Terbesar
Sumber: Kadata.co.id (2022)

¹¹ D. N. Abrilia & T. Sudarwanto, "Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E- Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, (2020), hlm 1008.

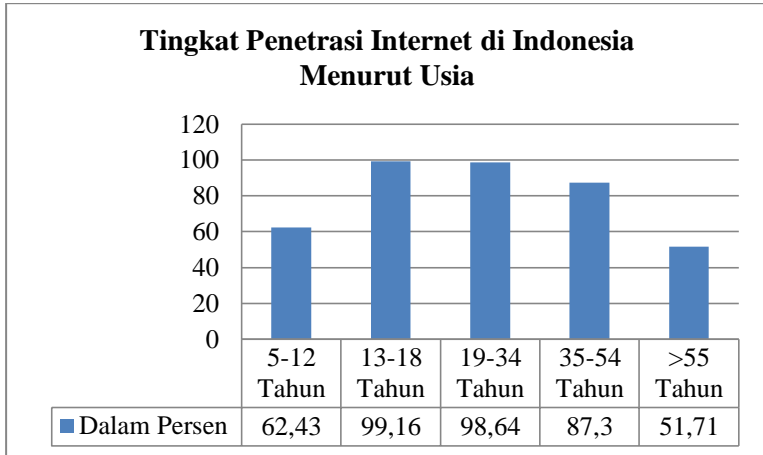
Berdasarkan pada gambar diatas yang menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat ke-3 sebagai Negara pengguna internet terbesar di dunia. Sebanyak 212,4 juta pada bulan juli tahun 2022. Indonesia mengalami kenaikan sebesar 12% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jika dilihat dari populasi di Indonesia yang berjumlah 264,2 juta jiwa, maka 76,5% penduduk Indonesia telah menggunakan internet.¹² Mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah generasi milenial dengan teknologi internet yang sudah mulai dikenal sejak lahirnya generasi ini. *Alvara Research Center* melakukan survey di 34 provinsi pada 20-31 maret 2022 dan menyatakan bahwa 90,4% dari generasi milenial telah terkoneksi dengan internet.¹³

Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) mengungkapkan penetrasi internet Indonesia mencapai 77,02% pada tahun 2021-2022. Berdasarkan usia, penetrasi internet tertinggi ternyata berada di kelompok usia 13-18 tahun dengan jumlah (99,16%) kelompok usia tersebut terhubung dengan internet.¹⁴ Berikut data pengguna internet dari APJII:

¹² Viva Budy Kusnandar, "Indonesia Masuk Daftar 10 Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia", [kataboks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/22/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia), Desember 22, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/22/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia>

¹³ Ali Mahmudan, "Survei: Kian Muda Generasi, Penetrasi Internet Makin Tinggi", [dataindonesia.id](https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi), Juni 30, 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi>

¹⁴ Dimas Bayu, "Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022", dataindonesia.co.id, Juni 13, 2022, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/remaja-paling-banyak-gunakan-internet-di-indonesia-pada-2022>



Gambar 1.2

Grafik Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Menurut Usia

Sumber : Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) 2022

Berdasarkan pada gambar diatas yang menunjukkan bahwa pengguna internet di usia milenial yang menduduki posisi tertinggi yaitu usia 19-34 tahun dan memiliki penetrasi internet sebesar 98,64%. Kemudian posisi kedua yaitu usia 35-54 tahun yang memiliki penetrasi internet sebesar 87,3%. Dalam penetrasi penggunaan internet yang besar di Indonesia, pemerintah menjadikan ekonomi digital sebagai salah satu tujuan utama untuk dikembangkan. Perbedaan yang terdapat dari karakteristik seperti mobilitas tinggi, jiwa petualang, pola pikir dan kurangnya kesabaran dari generasi sebelumnya inilah yang membedakan antara generasi milenial dengan generasi sebelumnya. Kemkominfo memberi pernyataan akan terus berupaya dalam

mempercepat transformasi digital demi mendorong pengembangan ekosistem ekonomi digital di Indonesia.¹⁵

Bagi sebagian pihak, hal ini merupakan sebuah peluang yang besar untuk dapat menarik pangsa pasar generasi milenial yang besar dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat. Salah satunya pada perbankan syariah yang saat ini sedang menghadapi revolusi industry 4.0. Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan impresi yang signifikan di berbagai aspek kegiatan manusia, salah satunya melalui sektor keuangan dan perbankan. Bank disebut “terpaksa” mendigitalisasikan berbagai macam produk yang mereka tawarkan kepada nasabah akibat kebiasaan nasabah yang berubah dengan adanya evolusi teknologi dan kompetensi di dunia perbankan itu sendiri.¹⁶

Berdasarkan data dari bank dunia tahun 2021 mencatat sebanyak 97,74 juta masyarakat Indonesia masuk dalam kategori *Unbanked*. Jumlah penduduk *unbanked* di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia. Inklusi keuangan menjadi salah satu hal penting untuk mendorong kesejahteraan masyarakat. Hanya saja, masih masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum tersentuh akses perbankan (*unbanked*).¹⁷ Akan tetapi, masalah

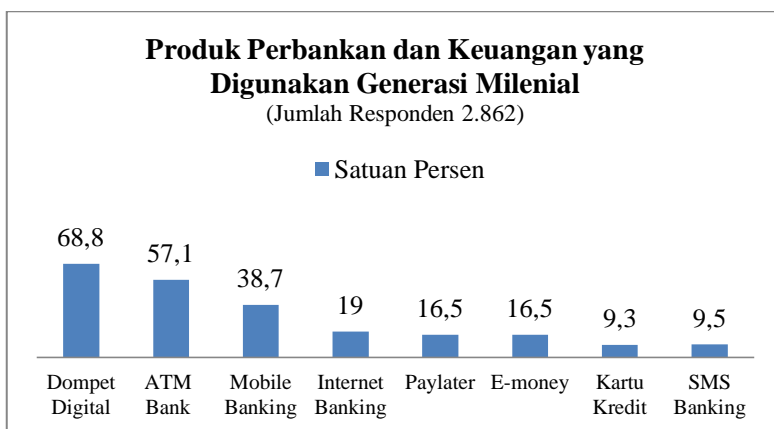
¹⁵ Fadhil, “Ekonomi Indonesia di Tangan Generasi Milenial”, [kominfo.go.id](https://www.kominfo.go.id/content/detail/9742/ekonomi-indonesia-di-tangan-generasi-milenial/0/sorotan_media), Mei 30, 2017, https://www.kominfo.go.id/content/detail/9742/ekonomi-indonesia-di-tangan-generasi-milenial/0/sorotan_media

¹⁶ H. A. Suhaimi dan B. A. Hasan, “Determinants of Branchless Digital Banking Acceptance Among Generation Y in Malaysia”, *IEEE*, (2018), 107.

¹⁷ Shilvina Widi, “Penduduk Unbanked Indonesia terbesar keempat di Dunia pada 2021”, [dataindonesia.id](https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/penduduk-unbanked-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia-pada-2021), September 29, 2022, <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/penduduk-unbanked-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia-pada-2021>

tersebut dapat diatasi dengan teknologi digital menggunakan layanan internet saat ini.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi melalui Uang Elektronik (UE) mencapai 35,10 triliun per desember 2021. Nilai transaksi pada bulan tersebut mengalami peningkatan sebesar 58,60% jika dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya. Volume transaksi dengan uang elektronik di Indonesia tercatat sebesar 602,29 juta kali pada desember 2021. Angka tersebut meningkat 37,49% jika dibandingkan pada desember 2020 yang mencapai 438,04 juta kali.¹⁸ Hal ini menunjukkan bahwa pesatnya pertumbuhan transaksi digital tidak terlepas dari peran industri keuangan salah satunya perbankan yang berupaya untuk memajukan sistem pembayaran digital di Indonesia.



¹⁸ Cindy Mutia Annur, “ Bank Indonesia: Transaksi Uang Elektronik RI Tembus Rp 35 Triliun Per Desember 2021”, databoks.katadata.co.id, Januari 31, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/31/bank-indonesia-transaksi-uang-elektronik-ri-tembus-rp-35-triliun-per-desember-2021>

Gambar 1.3
Grafik Produk Perbankan dan Keuangan yang Digunakan Generasi Milenial

Sumber: *Survei KIC dan Zigi 2021 Katadata.com*

Berdasarkan pada gambar diatas yang menunjukkan bahwa generasi milenial cukup konsumtif dalam menggunakan layanan transaksi keuangan. Generasi milenial lebih memilih melakukan transaksi secara nontunai dibandingkan dengan cash karena banyak dari mereka yang mengaku bahwa jika tidak terlalu suka membawa uang cash dan merasa lebih boros, sehingga memilih untuk membayar menggunakan nontunai. Mulai dari pembayaran menggunakan kartu debit, kartu kredit dan *mobile banking*. Berdasarkan presentase, pilihan membayar menggunakan *mobile banking* atau *internet banking* lebih rendah jika dibandingkan dengan sistem pembayaran menggunakan kartu debit atau ATM. Jumlah penggunaan kartu debit atau ATM pada generasi milenial mendapat presentase sebesar 57,1% sedangkan penggunaan kartu kredit hanya sebesar 9,3%.¹⁹

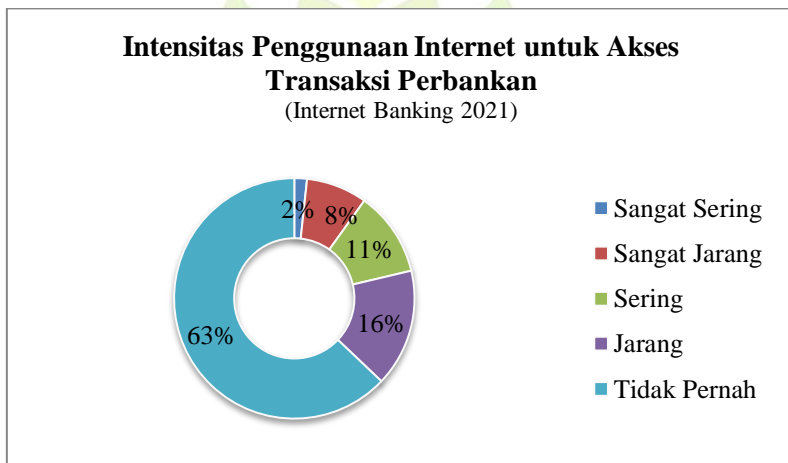
Porsi milenial mencapai 25,87% dan 86,7% penduduk indonesia adalah muslim menempati 12,30% populasi muslim dunia.²⁰ Beberapa solusi yang dapat menjawab penetrasi pasar

¹⁹ Reza Pahlevi, “Survei KIC: Kalahkan ATM, Dompot Digital Jadi Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan”, databoks.katadata.co.id, Januari 17, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/17/survei-kic-kalahkan-atm-dompot-digital-jadi-produk-keuangan-yang-paling-banyak-digunakan>

²⁰ Monavia Ayu Rizaty, “Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022”, [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id), November 3, 2022, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>

perbankan syariah saat ini antara lain pentingnya generasi milenial untuk masuk ke pasar perbankan syariah.

²¹Nilai-nilai yang dibawa bank syariah dianggap relevan dengan perkembangan minat dari generasi milenial. Karena bank syariah lebih memperhatikan sisi sosial dan keberlanjutan dalam transaksi keuangan yang mengedepankan teknologi.



Gambar 1. 4

Grafik Intensitas Penggunaan Internet untuk Akses Transaksi Perbankan

Sumber: *Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) 2022*

Berdasarkan pada gambar diatas yang menunjukkan bahwa hasil survey kementrian komunikasi dan informatika (Kominfo) dengan Kadata *Insight Center* (KIC) menunjukan bahwa sebanyak 63% responden mengaku tidak pernah mengakses transaksi *internet banking*. Responden yang jarang menggunakan

²¹ Wapresi, “ Pentingnya Generasi Milenial dalam Penetrasi Pasar Perbankan Syariah” wapresi.go.id, Juli 2021, <https://www.wapresi.go.id/pentingnya-generasi-milenial-dalam-penetrasi-pasar-perbankan-syariah/>

transaksi *internet banking* mencapai 16%. Kemudian responden yang sangat jarang menggunakan *internet banking* sebesar 8%. Sementara itu, responden yang mengatakan sering mencapai 11% dan yang sangat sering menggunakan *internet banking* hanya 2%.²²

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memaksimalkan *gadget*. Dalam melakukan transaksi keuangan, kebanyakan hanya menggunakan dari salah satu layanan *internet banking* yang tidak perlu menggunakan internet untuk mengaksesnya di *gadget* seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC) / *Point Of Sales* (POS), *SMS banking*, *E-commerce*, ataupun *video banking*. Masih banyak juga nasabah yang menganggap bahwa *internet banking* sistemnya terlalu rumit dan belum ada manfaatnya.²³

Pada saat pandemi Covid-19 yang menyerang dunia tahun 2020 bank mulai mengalihkan semua layanan ke digital yang menjadikan berkembangnya pembayaran digital. Pandemi covid-19 telah mendorong perubahan perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan sistem digital yang menjadi suatu kebutuhan. Terutama pada kaum milenial yang kebanyakan saat ini sudah memasuki usia produktif bekerja bisa menggunakan lebih dari satu *brand* bank digital. Generasi milenial memiliki

²² Annisa Mutia, "Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet atau Mobile Banking", [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking), Agustus 6, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>

²³ T. Nelson, L. Irwan, dan S. Agus, *Bijak Ber-eBanking*, (Jakarta: OJK, 2015).

aplikasi bank digital yang lebih banyak dari generasi sebelumnya.²⁴

Dalam surat edaran Bank Indonesia No.6/18/DPNP/2004 menyebutkan bahwa bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank salah satunya adalah layanan *internet banking* yang merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang nasabahnya memungkinkan dapat memperoleh informasi serta komunikasi, melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet saja. Inovasi layanan perbankan di Indonesia diharapkan juga dapat menekankan antrian dan *transactional cost* yang terjadi dikantor-kantor perbankan.

Generasi milenial memiliki banyak pilihan untuk menjadi aktor ekosistem ekonomi digital. Pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah disertai dengan perkembangan teknologi yang makin pesat di era revolusi industri 4.0, dapat menjadi peluang penduduk muslim dan penduduk generasi milenial untuk meningkatkan pertumbuhan keuangan syariah. Peran generasi milenial di Indonesia diharapkan dapat merealisasikan potensi pusat ekonomi dan keuangan syariah di dunia.²⁵

Statistik Perbankan Syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2021 menunjukkan bahwa terdapat 12 Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah

²⁴ Putu Ananditha, "Tren Bank Digital di Kalangan Milenial", cxomedia.id, Maret 12, 2022, <https://www.cxomedia.id/business-and-career/20220310150030-61-174083/tren-bank-digital-di-kalangan-milenial>.

²⁵ Koran Sindo, "Milenial Menjadi Kunci Kesuksesan Ekonomi Digital", Eksbis.Sindonews.com, November 16, 2019, <https://ekbis.sindonews.com/berita/1459388/34/milenial-menjadi-kunci-kesuksesan-ekonomi-digital>

(UUS), dan 164 bank perkreditan rakyat syariah yang tersebar di wilayah Indonesia. Dari sisi pertumbuhannya, perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan total asset sebesar 12,22% (yoy), lebih tinggi dibandingkan perbankan nasional yang tumbuh sebesar 7,14%. Namun demikian, perbankan syariah memiliki proporsi sebesar 6,52% dari total perbankan nasional. Salah satu isu yang dihadapi oleh perbankan syariah adalah masih rendahnya literasi dan inklusi keuangan syariah yang ditunjukkan oleh indeks literasi dan inklusi keuangan syariah yang diterbitkan oleh OJK.²⁶

Internet banking dapat memberikan banyak keuntungan, beberapa diantaranya adalah mempermudah transaksi bank, menghemat biaya dan waktu. *Internet banking* juga dapat meningkatkan kinerja dan biaya bank, sehingga bank dapat memberikan layanan perbankan yang lebih murah daripada membuka langsung di kantor cabang. Teknologi canggih saat ini mengubah aturan fitur layanan perbankan secara mendasar.²⁷

Fitur layanan pada *internet banking* akan menjadi salah satu penentu kepuasan nasabah saat menggunakan layanan *internet banking*. Apabila nasabah merasa puas serta kebutuhannya dapat terpenuhi oleh fitur layanan yang ada di

²⁶ Ikatan Bankir Indonesia, "Bankers Update Vol.36/2022", ikatanbankir.id, Mei 27, 2022, <https://ikatanbankir.id/id/bankers-update-vol-36-2022-special-edition-bank-syariah-di-indonesia-apa-yang-membuat-masyarakat-ingin-memakainya/>

²⁷ P. Kotler dan K. Keller, *Marketing Management*, 1 ed. (New Jersey: Person Pretice Hall, 2016), hlm 48.

menu *internet banking* maka akan mempengaruhi nasabah dalam penggunaan *internet banking*.²⁸

Masalah keamanan adalah salah satu aspek penting dari sebuah sistem perbankan.²⁹ *Internet banking* juga dapat menambah peluang kejahatan semakin tinggi. Seperti masalah keamanan data pribadi dan keuangan. Keamanan data dalam *internet banking* seringkali masih dipertanyakan oleh nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan ini. Dapat meyakinkan nasabah tentang sistem keamanan data pribadi dan keuangan yang akan dilindungi dari adanya pencurian data, maka akan menambah kepercayaan dari nasabah.

Dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai transaksi yang dilakukan tidak tunai yaitu keterangan dalam surat Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

*Artinya: Hai orang-orang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, maka tuliskanlah.*³⁰(QR. Surat Al-Baqarah ayat 282)

²⁸ Amatun Nur Makmuriah dan Kartika Marella Vanni, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)," *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis* 5, No. 1, hlm 38

²⁹ F. I. Kholid dan E. D. Soemarso, Y. Noehermaya dan H. Soesanto, "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada PT. Bank BNI Syariah KCP Magelang", *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, (2018), hlm 51.

³⁰ Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 282, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hlm 47.

Bila dilihat dari sistemnya serta prinsip operasionalnya, maka *internet banking* menurut pandangan fiqih kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (wasilah) yang dalam kaidah syariah bersifat fleksibel, dinamis, dan variabel. Hal ini termasuk dalam kategori umurid dunya (persoalan teknis keduniawian) rasulullah memperbolehkan selama dalam koridor syariah kepada umat islam untuk menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama. Namun dalam hal ini ada yang tidak boleh berubah, yakni prinsip-prinsip syariah dalam muamalah tersebut yang tidak boleh dilanggar dalam mengikuti perkembangan.³¹ Oleh karena itu, hukum transaksi dengan menggunakan media internet adalah boleh berdasarkan prinsip masalah karena kebutuhan manusia akan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknis maupun syariah.³²

Pringsewu adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung, Indonesia. Kabupaten pringsewu merupakan daerah otonom yang diresmikan oleh Menteri dalam Negeri Indonesia, Hj. Mardiyanto pada tanggal 3 April 2009. Kabupaten Pringsewu mempunyai luas wilayah 625 km², dengan jumlah penduduk 408.415 jiwa, terdiri dari 126 pekon (desa) dan 5 kelurahan, yang tersebar di 9 kecamatan, yaitu kecamatan Pringsewu, Pagelaran,

³¹ M. Luknman Syafii dan Nanang Cendriono, "Hukum Electronic Commerce (E-Commerce) Dalam Perspektif Islam", *Seminar Nasional dan Call For Prayer III*, (2018), hlm. 271

³² S. B. Utomo, *Fiqih Aktual*. Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer. (Jakarta: Gema Insani Press, 2003) hlm. 71.

Pardasuka, Gadingrejo, Sukoharjo, Ambarawa, Adiluwih, Banyumas dan Pagelaran Utara.

Sebelum melakukan penelitian yang lebih mendalam, peneliti terlebih dahulu melakukan prasurvey kepada masyarakat generasi milenial yang menggunakan *internet banking*, berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa layanan *internet banking* yang digunakan oleh masyarakat generasi milenial Kabupaten Pringsewu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar pengguna *Internet Banking*

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jenis <i>Internet Banking</i>
1.	Hadi Waluyo	Laki-laki	BSI Net
2.	M. Sarifuddin	Laki-laki	BSI Net
3.	Pairin	Laki-laki	BSI Net
4.	Wahyuningsih	Perempuan	BSI Net
5.	Diana Mugiarti	Perempuan	BSI Net
6.	Meilinda	Perempuan	BSI Net
7.	Ema Susanti	Perempuan	BSI Net
8.	Aniyah	Perempuan	BSI Net

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan hasil observasi awal yang diperoleh oleh peneliti dari 32 masyarakat generasi milenial kabupaten pringsewu, peneliti menemukan pengguna *internet banking* sebanyak 8 orang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat kabupaten pringsewu terutama pada usia milenial dalam menggunakan *internet banking* masih tergolong rendah padahal mayoritas masyarakat kabupaten pringsewu terutama

dalam usia produktif sudah mempunyai handphone, mempunyai tabungan serta jaringan yang memadai. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat yang belum menggunakan *internet banking*, mereka masih beranggapan bahwa penggunaan *internet banking* sangat rumit serta mempunyai resiko yang tinggi.

Mayoritas masyarakat lebih cenderung datang langsung di kantor cabang Bank, ATM serta menggunakan BRI LINK, karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi terutama pada fitur-fitur yang ada di dalam layanan *internet banking* serta kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan *internet banking*. Padahal fitur layanan pada *internet banking* sudah cukup lengkap untuk kebutuhan transaksi non tunai dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi *internet banking* bisa digunakan kapanpun dan dimanapun.

Adapun alasan peneliti melakukan penelitian di daerah Kabupaten Pringsewu karena berdasarkan hasil observasi ditemukan masih sangat sedikit masyarakat yang menggunakan *internet banking*, padahal penyebaran layanan jaringan di kabupaten pringsewu sudah mulai merata, masyarakat sudah bisa dengan mudah mengakses internet dimanapun dan kapanpun maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian di daerah Kabupaten Pringsewu.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti menganggap penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial**

Menggunakan *Internet Banking* pada Bank Syariah (Studi pada masyarakat generasi milenial kabupaten Pringsewu)”

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah

- a. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang penggunaan *internet banking* dan kurang percaya dengan keamanan *internet banking* sehingga banyak masyarakat yang tidak ingin menggunakan layanan tersebut.
- b. Karakteristik generasi milenial yang serba ingin cepat ini memerlukan layanan yang efisien untuk menyesuaikan kegiatan keseharian mereka. Tetapi, masih banyak yang menganggap fitur layanan *internet banking* bukan pilihan tepat dan sangat rumit sehingga menjadikan layanan ini jarang dimanfaatkan.

2. Batasan masalah

Setiap permasalahan pada dasarnya sangat kompleks, sehingga penulis tidak dapat meneliti secara keseluruhan dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini, yaitu:

- a. Objek penelitian hanya fokus pada masyarakat generasi milenial kabupaten pringsewu.
- b. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah fitur layanan, kepercayaan dan keamanan, sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam

penelitian ini adalah minat menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap Minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah?
4. Apakah fitur layanan, kepercayaan dan kemandirian berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah?
5. Bagaimana pandangan islam terhadap penggunaan *internet banking* pada bank syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan perumusan masalah, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.
5. Untuk mengetahui pandangan islam terhadap penggunaan *internet banking* pada bank syariah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yakni:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan informasi mengenai fitur layanan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang perbankan khususnya pada perbankan syariah terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang dapat digunakan oleh pihak perbankan syariah untuk memberikan evaluasi bagi para praktisi perbankan syariah dalam pengembangan perbankan syariah di masa yang akan datang agar lebih memperhatikan pengaruh fitur layanan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking*.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara umum kepada masyarakat tentang layanan *internet banking* di bank syariah, dan masyarakat juga memiliki gambaran bagaimana layanan *internet banking* tersebut sehingga dapat menjadi bahan masukan saat akan menggunakan layanan *internet banking*.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Peneliti telah memilih beberapa judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian-penelitian tersebut.

Tabel 1.2
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian Terdahulu	Judul Penelitian	Persamaan / Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Badaruddin dan Risma (2021) ³³ Jurnal Margin, Vol.1, No.1	Pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)	Persamaan: Variabel fitur layanan dan minat. Metode Regresi Linear Berganda. Perbedaan: Variabel Kemudahan Tempat Penelitian: Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak. Tahun Penelitian: 2021	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i>
2.	Muhammad Iqbal, Asyari Hasan dan Iva Laili (2022) Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal	Pengaruh teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i>	Persamaan: Variabel Keamanan, Fitur layanan dan Minat Metode Regresi: Linear Berganda Tahun	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan berpengaruh

³³ Badaruddin dan Risma, "Pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)", *Jurnal Margin*, Vol.1 No.1 (2021).

	Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol.7, No.1 ISSN: 2580 - 5800 ³⁴	(studi kasus pada nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)	penelitian: 2022 Perbedaan: Variabel Teknologi informasi dan manfaat Tempat penelitian: Bank BNI Syariah Kota Tangerang.	secara signifikan terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> .
3.	Ayu Wahyu Cahyaningtyas dan Banu Witono (2022) ³⁵ Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.10 No. 1 ISSN : 2654-5837	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>E-Banking</i>	Persamaan: Variabel Kepercayaan, Keamanan dan Minat Tahun Penelitian: 2022 Perbedaan: Variabel : Risiko dan <i>Lifestyle</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan dan <i>Lifestyle</i> berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan <i>E-Banking</i> sedangkan Keamanan dan Risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan <i>E-Banking</i> .

³⁴ Muhammad Iqbal, Asyari Hasan dan Iva Laili, “Pengaruh teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking (studi kasus pada nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)”, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.7 No.1 (2022).

³⁵ Ayu Wahyu Cahyaningtyas dan Banu Witono, “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan *Lifestyle* Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Banking*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.10 No. 1, (2022).

4.	Nina Rizky, Nyoman Putra Yasa dan Made Arie Wahyuni (2018) ³⁶ Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol. 9, No. 3 ISSN : 2614-1930	Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Banking</i> dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng	Persamaan: Variabel Kepercayaan dan Minat. Perbedaan: Variabel Kemudahan Penggunaan dan Pengetahuan Tahun Penelitian: 2018 Objek Penelitian: Minat Menggunakan E-Banking dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>E-Banking</i> dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng
5.	Ruslinda Agustina, Rizki Amalia Afriana dan Arisa Safrina (2018) ³⁷ Jurnal	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat	Perbedaan: Variabel Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Persamaan :	Hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat

³⁶ Nina Rizky, Nyoman Putra Yasa dan Made Arie Wahyuni, "Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 9 No. 3, (2018).

³⁷Ruslinda Agustina, Rizki Amalia Afriana dan Arisa Safrina, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Bukopin Tbk Banjarmasin", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 2, (2018).

	Ekonomi dan Bisnis, Vol. 11, No. 2	Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> pada Bank Bukopin Tbk Banjarmasin	Variabel Kepercayaan, Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	menggunakan <i>internet banking</i> , sedangkan variabel persepsi kemudahan, risiko dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>internet banking</i> .
6.	Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani (2020) ³⁸ Jurnal Akuntansi dan Ekonomi, Vol. 5, No. 3	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan <i>E-Money</i>	Pembedaan: Variabel Kemudahan, Niat menggunakan <i>E-Money</i> Persamaan: Variabel Fitur Layanan, dan Keamanan	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap niat menggunakan <i>e-money</i> , sedangkan variabel fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan <i>e-money</i> .

Sumber : Jurnal-jurnal terdahulu dan ditelaah peneliti

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan dengan ringkas, karena penelitian ini dilakukan mengacu pada

³⁸Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money”, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 5, No. 3, (2020).

beberapa penelitian-penelitian sebelumnya dan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan. Untuk penelitian penulisan ini beberapa variabel, sampel, metode pengumpulan data yang digunakan, metode analisis, objek dan waktu penelitian terdapat perbedaan. Penelitian ini lebih berfokus pada pengaruh variabel fitur layanan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3) terhadap minat (Y) generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

H. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian inti dan bagian akhir. Sistematika penulisan dalam penelitian ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- A. Penegasan Judul, pada tulisan ini menjelaskan secara rinci mengenai beberapa kunci yang berkaitan dengan judul untuk menegaskan maksud dari judul tersebut agar tidak timbulnya kesalahpahaman.
- B. Latar Belakang Masalah, menjelaskan hal yang menjadi pokok permasalahan baik teoritis maupun empiris, dan menjelaskan mengapa permasalahan ini perlu diteliti.
- C. Identifikasi dan Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan Penelitian
- F. Manfaat Penelitian

- G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan
- H. Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Teori yang digunakan berisi tentang penjelasan mengenai *Theory Acceptance Model* (TAM), minat, fitur layanan, kepercayaan dan keamanan.
- B. Pengajuan Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Waktu dan Tempat penelitian
- B. Pendekatan dan Jenis Penelitian
- C. Populasi, Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data
- D. Definisi Operasional Variabel
- E. Teknik Pengolahan Data, menjelaskan secara rinci mengenai pengolahan dan analisis data pada penelitian ini yaitu, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Data
- B. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Rekomendasi

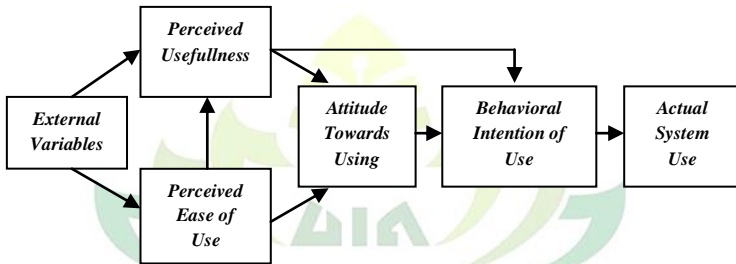


BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Yang Digunakan

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)



Gambar 2.1

Technology Acceptance Model

Sumber: Davis dalam Wibowo, 2008

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*, TAM) adalah salah satu model yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya suatu sistem informasi. TAM pertama kali dikembangkan oleh Fred Davis tahun 1986 dalam penelitian doktrornya. TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980.³⁹

Technology Acceptance model (TAM) mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan

³⁹Raman Indrawati, M. Ariyanti, dkk. *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (Bandung: Refika Aditama, 2017).

tujuan penggunaan. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakai berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI.

Technology Acceptance Model (TAM) menganggap persepsi teknologi inovatif yaitu, manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang mempengaruhi perkembangan sikap terhadap teknologi tertentu yang akhirnya mengarah pada pemahaman tentang perilaku penggunaan sistem teknologi yang ada.⁴⁰ *Technology Acceptance Model* (TAM) menunjukkan bahwa ketika pengguna disiapkan teknologi baru, ada beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pengguna tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakannya. Ada dua variabel spesifik yang terkait dengan model penerimaan teknologi (TAM), yaitu manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, keduanya diyakini menjadi faktor penentu dasar penerimaan pengguna teknologi.

a. Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

David dalam Wibowo mengartikan persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan subjek tertentu yang dapat memberikan manfaat bagi yang menggunakannya. *Perceived Usefulness* sebagai persepsi terhadap kemanfaatan diartikan sebagai ukuran dimana

⁴⁰ F. Nasution, *Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect)*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2004).

penggunaan suatu teknologi diyakini dapat membawa manfaat bagi manusia yang menggunakannya.⁴¹

b. Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Perceived Ease of Use tentang penggunaan teknologi didefinisikan sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Davis dalam Wibowo mengartikan *Perceived Ease of Use* adalah tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.⁴²

c. Minat Perilaku Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Davis dalam Amoroso mengartikan *Behavioral Intention to Use* sebagai kecenderungan perilaku seseorang untuk terus menggunakan suatu teknologi. *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh pada penggunaan teknologi yang sebenarnya serta dipengaruhi dengan sikap dan kegunaan.⁴³

d. Keamanan (*Privacy*)

Keamanan merupakan isu penting untuk keputusan nasabah dalam layanan *internet banking* serta menganggap bahwa keamanan dan privasi sebagai penghalang utama dalam menggunakan teknologi

⁴¹ Arief Wibowo, Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), *Article in procending Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi*, Universitas Budi Luhur, (2008), hlm 2.

⁴² *Ibid*, hlm 2.

⁴³ C. Gardner dan D. L. Amoroso, Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers. *In system sciences*, (2004), IEEE.

informasi.⁴⁴ Pengamanan informasi adalah bagaimana suatu sistem dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau dapat mendeteksi adanya penipuan dalam sistem berbasis informasi, dimana informasi itu sendiri tidak memiliki arti fisik.⁴⁵

2. Minat

Minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda atau orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik yang merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan ada unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya jika tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya, maka minat akan menjadi kurang.⁴⁶

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Apabila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini

⁴⁴ Susanto, *et al.* "User Acceptance of Internet Banking in Indonesia: initial trust formation", *Information: Development*, Vol. 29, No. 4, (2013), hlm 313.

⁴⁵ Kementrian Keuangan, "Keamanan Informasi", djkn.kemenkeu.go.id, Maret 09, 2023, <https://djkn.kemenkeu.go.id>

⁴⁶ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm 63.

kemudian mendatangkan kepuasan. Apabila kepuasan berkurang, minat pun berkurang.

Minat adalah keinginan untuk memiliki produk, minat akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap kualitas dari suatu produk dan informasi seputar produk.⁴⁷ Minat adalah kesadaran dari setiap individu terhadap masalah, objek, orang atau suatu keadaan yang mempunyai hubungan dengan mereka. Minat harus dipandang sebagai sebuah kesadaran.⁴⁸ Hubungan antara minat dan perilaku dilatar belakangi oleh anggapan bahwa seseorang berusaha untuk menciptakan keputusan yang rasional atas dasar informasi yang dimiliki mereka.⁴⁹

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan yang mereka inginkan apabila mereka memiliki banyak pilihan. Sehingga suatu hal dapat dikatakan seseorang berminat apabila mereka memperhatikan hal tersebut secara konsisten dengan rasa senang karena menyukainya dan memiliki rasa ketertarikan terhadapnya tanpa adanya paksaan dari orang lain.

Langkah pertama yang dilakukan oleh pemasar yang berkaitan dengan minat adalah mengestimasi jumlah

⁴⁷ D. Durianto, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2013), hlm 58.

⁴⁸ Restu Ginting Panggalih dan Zaki Baridwan, "Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planed Behavior", *Jurnal Universitas Brawijaya*, (2013), hlm 7.

⁴⁹ D. Kim, dkk., "A True-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antendents", *Decision Support System*, (2008), hlm 550.

konsumsi yang mempunyai potensi besar untuk membeli barang atau jasa yang dihasilkan. Suatu tindakan dari minat dapat dilakukan sebagai hasil sikap dan keyakinan normatif, keyakinan mengenai perilaku yang bersifat normatif dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subjektif dalam diri individu maka disaat itulah dia akan berminat untuk menggunakan lagi dan akan merasa datangnya kepuasan.⁵⁰

Bila kepuasan berkurang, maka minat pun berkurang. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan, maka semakin kuat perasaan minat tersebut. Sebaliknya, minat akan berkurang apabila tidak disalurkan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat merupakan proses intrinsik yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu, yaitu terdapat dalam ayat Al-Qur'an surat Ar-Ra'ad ayat 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: Sesungguhnya Allah tidak akan mrubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. (Q.S Ar-Ra'ad : 11)⁵¹

Ayat tersebut bersifat umum, dalam hal ini menggambarkan tentang minat seseorang, Al-Qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, dan minat seseorang manusia dalam kehidupan dunia untuk mencapai tujuan.

⁵⁰ Suharno, dan Yudi S, *Marketing in Practive*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm 4.

⁵¹ Al-Qur'an surat Ar-Ra'ad ayat 11, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hlm .

Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Beberapa faktor yang menimbulkan minat sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Budaya (*culture*) adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.

b. Faktor Sosial

Peran (*role*) seseorang meliputi kegiatan-kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada di sekitar mereka. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Status bisa disebut juga sebagai kedudukan. Kedudukan sosial artinya adalah tempat seseorang, secara umum dalam masyarakat sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisenya, dan hak-hak serta kewajibannya.

c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi memiliki beberapa karakteristik seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

d. Faktor Psikologi

Faktor psikologi meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.⁵²

Menurut Ferdinand, terdapat 4 (empat) indikator minat, sebagai berikut:⁵³

- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat *Referensial*, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat *Preferensial*, yaitu perilaku yang menggambarkan minat seseorang yang memiliki preferensi utama terhadap produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat *Eksploratif*, yaitu perilaku seseorang yang menggambarkan minat ini untuk selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

3. Fitur Layanan

Fitur adalah Unsur-unsur Produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.⁵⁴ Fitur adalah alat pesaing untuk

⁵² Dian Karunia Ratri, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada pelayanan jasa facial dengan bahan alami di house of annisa kota tuban", *e-journal*, Vol. 4, No. 1, (2015), hlm 82.

⁵³ A. Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi ke-5, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2014)

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi), hlm

mendiferensiasikan produk perusahaan dengan produk pesaing.⁵⁵ Fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar dari suatu produk. Karena fitur menjadi alasan konsumen untuk meraih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefensiasikan produk mereka dengan produk pesaing.⁵⁶

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk dalam bentuk fisik.⁵⁷ Layanan kepada pelanggan merupakan faktor utama dalam menjaga loyalitas pelanggan. Salah satu layanan pelanggan adalah fitur layanan yang merupakan faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi pelanggan.⁵⁸

Kualitas pelayanan adalah seberapa besar perbedaan antara kenyataan dan harapan yang diterima oleh pelanggan.⁵⁹ Kepuasan pelanggan dari kebutuhan yang mereka inginkan, maka akan menambah nilai yang baik dari pelanggan, semakin besarnya perbedaan kenyataan dan harapan yang

⁵⁵ Ginting Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan 2, (Yogyakarta: Erlangga, 2012), hlm

⁵⁶ Dewi Ni. Luh. Gede, Diah Nirmala, dan Jatra Made, Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 3, No.6, (2013), hlm 250.

⁵⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: Elex Media, 2004), hlm 54.

⁵⁸ A. Alimudin dan H. Yoga, "Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kecil Produk Makanan Ringan di Eurabaya", *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, (2015), hlm 5.

⁵⁹ Nie Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, (2015), hlm 2320.

terjadi, maka akan membuat pelanggan semakin merasakan ada kekurangan dalam pelayanannya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa fitur layanan merupakan salah satu peran yang penting untuk menarik nasabah dalam menggunakan suatu produk yang dipromosikan, pada fitur layanan yang baik akan membuat nasabah lebih merasa puas dan nyaman saat menggunakan produk yang ada. Kualitas pelayanan perbankan syariah sangat mempengaruhi dalam keberhasilan bank sebagai penyedia jasa saat ini, dengan kualitas layanan yang baik, nasabah akan merasa lebih senang dan nyaman. Kualitas layanan merupakan salah satu cara perusahaan dalam bersaing untuk lebih unggul dari perusahaan lainnya, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan memenuhi tingkat kebutuhan dari konsumen.

Fitur layanan dalam konsep islam, telah disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan

dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S. Al-Baqarah : 267)⁶⁰

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Tolak ukur kualitas pelayanan dalam islam disebut dengan standarisasi syariah.

Menurut Poon, ada beberapa konstruk yang dapat dijadikan indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) di dalam suatu *internet banking* yaitu:⁶¹

a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa

Para pengguna fitur layanan dapat memberikan kemudahan terkait produk dan jasa dalam mengakses informasi.

b. Keberagaman layanan transaksi

Fitur layanan yang mempunyai keragaman yang disediakan untuk proses dalam melayani transaksi nasabah.

⁶⁰ Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hlm 45.

⁶¹ W. C. Poon, Users Adaptation of E-Banking Services: The Malaysian Perspective”, *Journal of Management of Bussines and Industrial Marketing*, Vol. 23, No. 1, (2008) hlm 13.

c. Keberagaman fitur

Fitur layanan yang terdapat pada bank dalam sistem informasi mempunyai keragaman fitur yang dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi.

d. Inovasi produk

Pada *internet banking* adanya fitur-fitur tambahan sehingga nasabah berminat menggunakan sistem *internet banking* yang disediakan oleh suatu bank.

4. Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk menyandarkan diri pada hubungan dengan partnernya atas dasar keyakinan dengan risiko tertentu. Kepercayaan adalah suatu kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang agar menghasilkan kinerja yang positif. Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di *internet banking*, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.⁶²

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak

⁶² A. Mahardika, dan R. Basuki, Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation, *Journal of Economics, Bussines, and Accountancy*, (2011), hlm 27.

laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa pernyataan orang lain dapat dipercaya.⁶³ Kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan adalah pengetahuan yang dimiliki pelanggan dan kesimpulan yang dibuat pelanggan adalah tentang objek, atribut, dan manfaatnya.⁶⁴

Membangun kepercayaan dengan pelanggan membutuhkan waktu yang lama dan hanya berkembang ketika sudah bertemu berulang-ulang kali. Ketika seorang individu mengambil resiko dalam berhubungan dengan partnernya, maka setelah itu kepercayaan akan berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan dalam sektor industri tertentu akan dapat dipercaya dan lebih mungkin terjadi. Terutama, dalam melakukan transaksi jangka waktu pendek dan jangka panjang yang melibatkan pengambilan resiko dengan penuh ketidakpastian pelanggan dalam sebuah lingkungan.⁶⁵

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah pada dasarnya sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan oleh perbankan, kepercayaan nasabah akan meningkat saat perbankan dapat

⁶³ Kusmayadi, "Pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan STIE STAN indonesia mandiri", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 2, No 1, (2007), hlm 46.

⁶⁴ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, (Makasar: Alauddin University Press, 2016), hlm 113.

⁶⁵ J. Donni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 56.

memberikan pelayanan yang baik dan dapat memberikan jaminan keamanan agar nasabah merasa aman dan nyaman saat menggunakan layanan perbankan.

Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan ada jika para pelanggan percaya bahwa penyedia layanan tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.⁶⁶ Membangun kepercayaan dalam suatu hubungan sangatlah bermanfaat dan penting, walaupun dalam pihak yang dipercaya tidaklah mudah untuk meraihnya dan perlu usaha bersama.

Kepercayaan dalam konsep islam, telah disebutkan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 58 yaitu:

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

Artinya: “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-

⁶⁶ Siti Wulandari, “Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen asuransi jiwa” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 9, (2017), hlm 3.

*baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (Q.S. An-Nisa : 58)*⁶⁷

Ayat ini bersifat umum, sehingga amanah itu diartikan sebagai kepercayaan. Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama dalam segala bentuk bisnis baik dalam lingkungan *online* maupun *offline*. Kepercayaan dibangun dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses *ijab-qabul*, ada materai dan sebagainya. Para pelaku bisnis juga diproteksi oleh hukum-hukum seperti norma, nilai, dan etika yang dianut oleh para pelaku bisnis.⁶⁸

Faktor-faktor yang sangat mempengaruhi kepercayaan adalah sebagai berikut:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam mempengaruhi atau mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.

b. Kebaikan Hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemampuan penjual dalam memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Profit yang diperoleh

⁶⁷ Al-Qur'an surat An-Nisa 58, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hlm 78.

⁶⁸ Onno W Purbo, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm 224.

penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. penjual bukan mengejar profit maksimum saja, tetapi harus memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan keinginan konsumen.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk atau jasa yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.⁶⁹

Kepercayaan yang ada di perusahaan penyedia jasa merupakan hal yang sangat penting, karena perusahaan menjanjikan produk yang tidak perlu dilihat. Ketika seseorang melakukan transaksi menggunakan sistem teknologi *internet banking*, kepercayaan menjadi sesuatu yang sangat penting. Dalam perbankan, kepercayaan *internet banking* memainkan peran yang sangat penting untuk pengguna dan penerima ini didukung oleh pihak perbankan yang mampu menyediakan sistem yang baik.

⁶⁹ M. Joseph dan A. Rofiq, "The effect of customers trust on E-Commerce: A survey of Indonesian customer B to C transactions", *Journal of marketing research*, (2010), hlm 11.

Menurut Morgan dan Hunt dalam Kesuma et al., kepercayaan mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

- a. Kepercayaan dapat mendorong pemasaran untuk dapat berusaha dalam menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerjasama dengan rekan perdagangan.
- b. Kepercayaan lebih memilih keuangan jangka panjang yang diharapkan dan menolak pilihan jangka pendek dengan mempertahankan rekan yang ada.
- c. Kepercayaan dengan memandang sikap yang bijaksana dalam mendorong para pemasar jika mendatangkan resiko yang besar karena percaya bahwa rekannya tidak akan merugikan pasar.⁷⁰

Menurut McKnight et al., Kepercayaan dibangun ketika kedua belah pihak belum saling mengenal baik dalam interaksi ataupun sedang transaksi. Ada 2 dimensi kepercayaan pada teknologi yaitu:⁷¹

a. *Trusting Belief*

Trusting belief yaitu sejauh mana seseorang dalam situasi apapun merasa percaya dan yakin terhadap orang lain. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (nasabah) terhadap pihak yang dipercaya (bank) yang dimana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. Ada 3 elemen yang

⁷⁰ Eka Kesuma, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh. *Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No. 4, (2015), hlm 180.

⁷¹ D. H. McKnight, dkk., "Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures", *ACM Transactions on Management Information Systems*, Vol. 2, No. 2, (2011)

membangun *trusting belief* yaitu *benevolence, integrity, competence*.

b. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah suatu hal dimana seseorang sengaja dalam situasi apapun siap bergantung kepada orang lain, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. Ada 2 elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

5. Keamanan

Keamanan adalah bagaimana sebuah sistem dapat menecegah penipuan (*cheating*) atau dapat mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem. Dari sudut pandang nasabah, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data nasabah dari tindakan penipuan dan penurian dalam bisnis perbankan online. Keamanan sebagai kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.⁷²

⁷² Mutiara dan Imam Wibowo, “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 8, No. 2, (2020), hlm 14.

Keamanan merupakan kemampuan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.⁷³

Keamanan adalah hal yang mutlak dalam memberikan kenyamanan pada pengguna (konsumen) yang disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan maupun keduanya dan keamanan meningkatkan kepercayaan konsumen (*customer trust*), dan berujung pada peningkatan jumlah penjualan. Suatu produk akan mempengaruhi seseorang terhadap ekspektasi orang tersebut dalam menggunakan produk. Pengembangan dalam produk berbasis teknologi baru menjadikan keamanan merupakan faktor utama yang harus diperhatikan.⁷⁴

Kejahatan dalam media internet berjumlah sangat besar serta memiliki bentuk yang beragam karena beberapa alasan. Pertama, identitas individu, atau organisasi dalam dunia internet mudah untuk dipalsukan, tetapi sulit dibuktikan secara hukum. Kedua, tidak membutuhkan sumber daya ekonomi yang besar untuk melakukan kejahatan dalam internet. Ketiga, internet menyediakan akses yang luas pada pengguna yang potensial menjadi korban. Keempat, kejahatan dalam internet, identitas pelaku tidak dikenal dan secara

⁷³ T. Suryani, *Perilaku Konsumen Di Era Internet* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm

⁷⁴ Pratama, *Masalah-masalah Digital*, (Jakarta: Angkasa, 2015), hlm 29.

yuridis sulit mengejar pelaku. Rasa aman akan menggambarkan subyektif sebagai kemungkinan konsumen percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak dapat dilihat, dan berpindah tanpa persetujuan.⁷⁵

Keamanan dalam internet dapat diatasi dengan menggunakan teknologi perlindungan. Keamanan dalam operasi termasuk kebijakan dan prosedur yang digunakan untuk mengatur dan mengelola sistem keamanan, dan juga termasuk prosedur setelah serangan. Pengelolaan terhadap keamanan dapat dilihat dari sisi pengelolaan resiko.⁷⁶

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa keamanan adalah sebuah sistem untuk mendeteksi dan melindungi data dan informasi keuangan nasabah dari serangan penipuan. Masalah keamanan adalah salah satu aspek yang penting dari sebuah sistem informasi perbankan. Tujuan dari dibentuknya sistem keamanan pada *internet banking* adalah untuk mencegah, mengatasi dan melindungi sistem informasi dari berbagai serangan dan risiko terjadinya tindakan ilegal. Keamanan yang dirasakan oleh nasabah akan menjadi faktor terkuat yang dapat memengaruhi pembentukan minat untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Islam sebagai agama yang sangat mengapresiasi fenomena yang terjadi dimasyarakat, termasuk akibat buruk yang ditimbulkan dari penggunaan teknologi informasi

⁷⁵ Sirka L. Jarvenpaa, "Consumer Trust in on internet store", *Journal information technology and management*, (2000), hlm 50.

⁷⁶ France Belanger, et al., "Trustworthiness in Electronic Commerce: The Role of Privacy, Security, and Site Atributes", *Journal of Strategic Information Systems*, (2002),

dimana mengharuskan hukum islam menjawab dari sekian banyak pokok permasalahan dari perkembangan informasi tidak terkecuali masalah yang sangat mengganggu aktifitas yaitu *hacking* (pencurian data). Secara garis besar hukum islam belum memiliki teori tentang hal tersebut, tetapi menurut dasar hukum yang tepat dalam menangani masalah *hacking* di dalam hukum islam dapat diambil rujukan dari Al-Qur'an maupun hadist-hadist dan pendapat ulama. Hukum islam yang terangkum dalam *fiqh jinayah* (pidana islam) dan *fiqh mu'amalah* dengan tegas melanggar pelanggaran terhadap privasi, amanat, pencurian serta pengingkaran janji. Hal tersebut didasarkan pada dalil yang ada, seperti pada surat Al-Maidah ayat 38:

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءً بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِّنَ
اللَّهِ وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya: "Laki-laki yang mencari dan perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai pembalasan bagi apa yang mereka kerjakan dan sebagai siksaan dari Allah. Dan Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana." (Q.S. Al-Maidah : 38)⁷⁷

⁷⁷ Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 38, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2005), hlm 114.

Untuk meraih kesuksesan, keamanan memiliki tiga faktor, yaitu :

a. Regulasi dan Kebijakan Untuk Semua Pengguna

Pengguna dalam hal ini adalah mereka yang memiliki kontak kedalam sistem, memiliki akses masing-masing, menggunakan layanan, dengan tingkat berbeda. Yang ditekankan pada regulasi dan kebijakan untuk semua pengguna adalah *Security Awareness* atau kesadaran akan pentingnya keamanan sistem di dalam sebuah layanan (termasuk pada *e-commerce*).

b. Standarisasi Keamanan

Yang harus diperhatikan berkaitan dengan penyediaan keamanan pada *e-commerce* adalah adanya standarisasi keamanan, terutamanya yang diakui secara internasional dan menjadi pedomanan bagi seluruh *e-commerce* di dunia.

c. Keamanan Pada Sistem

Keamanan pada sistem adalah point yang paling banyak dibahas dan diimplementasikan, mengingat aspeknya sangat banyak untuk setiap layer pada jaringan komputer, dengan banyak kemungkinan jenis penyerangan, serta beragam kemungkinan solusi penyelesaian di dalamnya.⁷⁸

⁷⁸ T. Suryani, Perilaku Konsumen Di Era Internet (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm 23.

Menurut Raman dan Vishwanathan dalam sukma, Indikator keamanan terbagi menjadi 2 yaitu:⁷⁹

a. Kerahasiaan atau Privasi

Kerahasiaan sebagai hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dalam pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri. Perlindungan data pribadi pelanggan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi dalam lingkungan *online*.

b. Jaminan Keamanan

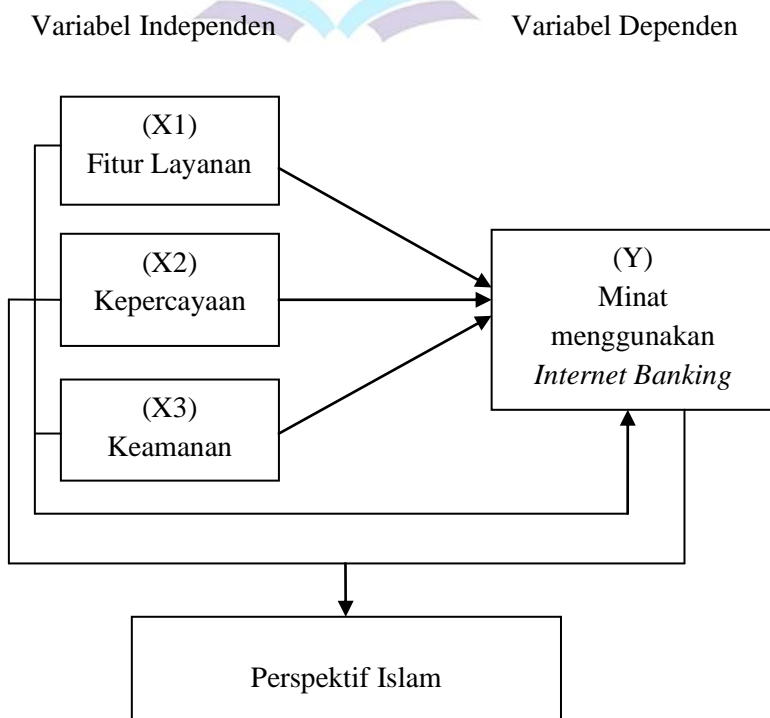
Faktor penentu akan adanya kepercayaan merupakan hal yang penting dalam perlindungan privasi dan data pribadi, karena apabila pengguna merasa keamanan akan privasi dan data pribadinya terancam maka pengguna tidak akan melakukan sebuah transaksi jaringan digital. Salah satu perlindungan privasi dan data pribadi tersebut berkenaan bagaimana data pribadi tersebut akan di proses termasuk data sensitif dari pengguna yang apabila disebarkan ke pihak yang tidak bertanggung jawab akan berpotensi menimbulkan kerugian finansial bahkan mengancam keamanan dan keselamatan pemiliknya. Ancaman-ancaman yang timbul dari lemahnya perlindungan privasi dan data pribadi tersebut memiliki korelasi garis lurus dengan

⁷⁹ Raman Arasu, dan A. Viswanathan, "Web services and e-shopping decisions: A Study on Malaysian e-consumer. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks and Bussines Information System*, (2011), hlm 56.

pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan dari transaksi-transaksi dalam jaringan (*online*).

Dari indikator-indikator tersebut dapat dijadikan sebagai perhatian yang sangat penting bagi pihak bank khususnya pada faktor keamanan sehingga nasabah akan merasa puas dan aman dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Diolah

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tiga variabel dependen (variabel terikat) yang membuktikan apakah ada atau tidak hubungan fungsional antara tiga variabel independen (X) dengan sebuah variabel dependen (Y), serta untuk mengetahui bagaimana variabel independen dan dependen menurut pandangan islam. Data yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk data primer diperoleh dengan menggunakan kuisisioner, yang di distribusikan ke generasi milenial kabupaten pringsewu menggunakan *internet banking*.

B. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang harus berdasarkan teori yang digunakan yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuisisioner.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Fitur Layanan (X1) terhadap Minat (Y) Generasi Milenial menggunakan Internet Banking pada Bank Syariah.

Fitur layanan merupakan salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara online atau

offline. Fitur adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut.⁸⁰ Fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan.⁸¹

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Badaruddin dan Risma, yang berjudul “Pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)” menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *mobile banking* di kecamatan berbak. Sedangkan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewi Kusuma Wardani, yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*” menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*.

Bedasarkan Uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

- Ho1 Fitur Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.
- Ha1 Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

⁸⁰ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. (Jakarta: PT Indeks, 2016),

⁸¹ Islika Thom W. A. dan Rahayu Mintarti, “Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, (2008),

2. Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Minat (Y) Generasi Milenial menggunakan Internet Banking pada Bank Syariah.

Kepercayaan merupakan hal yang diyakini dan yang memiliki korelasi dari dua pihak yang diwajibkan dengan pemahaman dan yang aman pada anggapan dan hal yang diyakini menjadi hal yang krusial, pendorong dengan transaksinya. Apabila seseorang sedang dalam tahap pengambilan keputusan, maka akan lebih memilih sebuah keputusan yang berdasarkan dengan pilihan dan saran yang diberikan oleh kerabat atau orang yang sangat dipercayai.⁸² Kepercayaan merupakan sebuah kesanggupan organisasi untuk dapat menciptakan hubungan dan dapat bergantung oleh faktor interpersonal, integritas, kebaikan maupun kejujuran.⁸³

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nina Rizky, Nyoman Putra Yasa dan Made Arie Wahyuni yang berjudul “Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng” menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Banking* dalam bertransaksi pada UMKM di kecamatan Buleleng. Sedangkan penelitian

⁸² M. Almali, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan Persepsi Biaya dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permata Mobile Smartex Bank Permata di Surabaya”, *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*, (2017),

⁸³ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. (Jakarta: PT Indeks, 2016),

lainnya yang dilakukan oleh Ruslinda Agustina, Rizky Amalia Afriana, dan Arisa Safrina yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada Bank Bukopin Tbk Banjarmasin” menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking* pada Bank Bukopin Tbk Banjarmasin.

Bedasarkan Uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

Ho2 Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

Ha2 Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

3. Pengaruh Keamanan (X1) terhadap Minat (Y) Generasi Milenial menggunakan Internet Banking pada Bank Syariah.

Keamanan informasi adalah sebagaimana kita dapat menvegah penipuan (*cheating*) atau dapat mendeteksi adanya penipuan disebuah system yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.⁸⁴ Keamanan

⁸⁴Ahmad Pambudi dan Bambang Setiyo, “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)”, *Jurnal Studi Manajemen*, (2014),

merupakan kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.⁸⁵

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal, Asyari Hasan dan Iva Laili, yang berjudul “Pengaruh teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* (studi kasus pada nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)” menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Sedangkan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ayu Wahyu Cahyaningtyas dan Banu Witono, yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan *Lifestyle* Terhadap Minat Menggunakan Layanan *E-Banking*” menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *E-Banking*.

Bedasarkan Uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

- Ho3 Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.
- Ha3 Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

⁸⁵ Nawangsih dan Wahyu Ning Pramesti, “Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada TokoPedia.com)”, *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. (2017), hlm 387.

4. Pengaruh Fitur Layanan (X1) Kepercayaan (X2) dan Keamanan (X2) terhadap Minat (Y) Generasi Milenial menggunakan Internet Banking pada Bank Syariah.

Pengukuran pengaruh variabel secara simultan digunakan untuk mengetahui variabel independen yang secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan penjelasan tiap variabel independen yaitu fitur layanan, kepercayaan dan keamanan pada pengukuran pengaruh variabel secara parsial dengan pengukuran secara simultan variabel dependen yaitu minat.

Berdasarkan teori-teori dan beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa fitur layanan, kepercayaan dan keamanan dapat mempengaruhi minat menggunakan, yang artinya jika nilai dari fitur layanan, kepercayaan dan keamanan meningkat atau menurun, maka akan mempengaruhi tinggi rendahnya perubahan nilai minat menggunakan.

Bedasarkan Uraian diatas, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

Ho4 Fitur Layanan, Kepercayaan dan Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

Ha4 Fitur Layanan, Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- Abrilia, D.N, and T Sudarwanto. "Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E- Wallet pada Aplikasi Dana di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2020: 1008.
- Agustina, Ruslinda, Rizky Amalia Afriana, and Arisa Safrina. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Bukopin Tbk Banjarmasin." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2018.
- Ali, Said. "Statistik Gender Tematik Profil Generasi Milenial." *Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak* , 2018: 14.
- Alimudin, H, and H Yoga. "Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Kecil Produk Makanan Ringan di Eurabaya." *Sustainable Advantage (SCA)*, 2015.
- Almali, M. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan Persepsi Biaya dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permata Mobile Smartcx Bank Permata di Surabaya." *Jurnal STIE Perbanas Surabaya*, 2017.
- Al-Qur'an dan terjemahannya. Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2005.
- Amira, Dea Salsabila, and Pricilla Maulina Juliani Siregar. *Investasi Ala Milenial*. Jakarta: Grasindo, 2019.
- Ananditha, Putu. *Tren Bank Digital di Kalangan Milenial*. Maret 12, 2022. <https://www.cxomedia.id>. (accessed November 19, 2022).
- Annur, Cindy Mutia. *Bank Indonesia: Transaksi Uang Elektronik RI Tembus Rp 35 Triliun Per Desember 2021*. Januari 31, 2022. <https://databoks.katadata.co.id> (accessed Desember 10, 2022).
- Anwar, F. M. "Pengaruh Persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan mobile banking." *Institut Agama Islam Neheri Salatiga*, 2018: 28.
- Badaruddin, and Risma. "Pengaruh fitur layanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking (Studi Pada

- Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)." *Jurnal Margin*, 2021.
- Barata, Atep Adya. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media, 2004.
- Bayu, Dimas. *Remaja Paling Banyak Gunakan Internet di Indonesia pada 2022*. Juni 13, 2022. <https://dataindonesia.id> (accessed Desember 20, 2022).
- Cahyaningtyas, Ayu Wahyu, and Banu Witono. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2022.
- Charmidi, S. "Kaitan antara data dan informasi pendidikan dengan perencanaan pendidikan." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2004.
- Desita, Widya, and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi. "Presepsi kemanfaatan, pengaruh presepsi kemudahan penggunaan, presepsi risiko, promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan transaksi non cash pada aplikasi dompet elektronik (E-Wallet)." *Jurnal Akuntansi Profesi*, 2022.
- Donni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Durianto. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2013.
- Fadhil. *Ekonomi Indonesia di Tangan Generasi Milenial*. Mei 30, 2017. <https://www.kominfo.go.id> (accessed Februari 23, 2023).
- Ferdinand, A. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi ke-5*. Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2014.
- Fitria, Anisa, Aang Munawar, and Pebi Paisal Pratama. "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking dan SMS Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI." *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2021: 44.

- Gede, Dewi Ni Luh, Diah Nirmala, and Jatra Made. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2013.
- Hartimbul, Ginting Nembah F. *Manajemen Pemasaran, Cetakan 2*. Yogyakarta: Erlangga, 2012.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Bankers Update Vol.36/2022*. Mei 27, 2022. <https://ikatanbankir.id> (accessed Januar 13, 2023).
- Iqbal, Muhammad, Asyari Hasan, and Iva Laili. "Pengaruh teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking (studi kasus pada nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)." *Jurnal Masharif al-syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2022.
- Islika, Thom W A, Mintari, Rahayu. "Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung." *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2008.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Joseph, M, and A Rofiq. "The effect of customers trust on E-Commerce: A survey of Indonesian customer B to C transactions." *Journal of Marketing Research*, 2010.
- Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Kesuma, Eka. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh." *Jurnal Manajemen*, 2015.
- Kholid, F.I, E.D Soemarso, Y Noehermaya, and Soesanto. H. "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan terhadap Minat Menggunakan E-Banking pada PT. Bank BNI Syariah KCP Magelang." *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2018: 51.
- Kim, D. "A True-Based Consumer Decision-Making Model In Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antendents." *Decision Support System*, 2008.

- Koran Sindo. *Milenial Menjadi Kunci Kesuksesan Ekonomi Digital*. November 16, 2019. <https://ekbis.sindonews.com> (accessed Januari 13, 2023).
- Kotler, P, and G Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks, 2016.
- Kusmayadi. "Pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan STIE STAN indonesia mandiri." *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2007.
- Kusnandar, Viva Budy. *Indonesia Masuk Daftar 10 Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia*. Desember 22, 2022. <https://databoks.katadata.co.id> (accessed Januari 12, 2023).
- Laksana, F. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.
- M, Raman Indrawati, and M Arianti. *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama, 2017.
- Mahardika, A, and R Basuki. "Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation." *Journal of Economics, Bussines, and Accountancy*, 2011.
- Mahmudan, Ali. *Survei: Kian Muda Generasi, Penetrasi Internet Makin Tinggi*. Juni 30, 2022. <https://dataindonesia.id> (accessed Desember 20, 2022).
- Makmuriah, Amatun Nur, and Kartika Marella Vanni. "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)." *Eduka : Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 2016: 38.
- Market Research Indonesia. *Insigt digital evolution in indonesia banking industry*. Agustus 31, 2017. <https://www.researchindonesia.com> (accessed Januari 12, 2023).
- McKnight, D, H. "Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures." *ACM Transactions on Management Information Systems*, 2011.

- Mutia, Anisa. *Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet atau Mobile Banking*. Agustus 6, 2022. <https://databoks.katadata.co.id> (accessed November 19, 2022).
- Mutiara, and Wibowo Imam. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2020.
- Nawangsih, and Wahyu Ning Prameti. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada TokoPedia.com)." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 2017.
- Nelson, T, L Irwan, and S Agus. *Bijak Ber-eBanking*. Jakarta: OJK, 2015.
- Pahlevi, Reza. *Survei KIC: Kalahkan ATM, Dompot Digital Jadi Produk Keuangan yang Paling Banyak Digunakan*. Januari 17, 2022. <https://databoks.katadata.co.id> (accessed Desember 20, 2022).
- Panggalih, Restu Ginting, and Galih Baridwan. "Minat Individu terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planed Behavior." *Jurnal Universitas Brawijaya*, 2013.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Pringsewu. *Sejarah Kabupaten Pringsewu*. <https://www.pringsewukab.go.id>.
- Poon, W.C. "Users Adaptation of E-Banking Services: The Malaysian Perspective." *Journal of Management of Bussines and Industrial Marketing*, 2008.
- Pratama. *Masalah-masalah Digital*. Jakarta: Angkasa, 2015.
- Prihadi, Arif, and Gunawan Rachmat. "Analisis pengaruh persepsi kemudahan, risiko, fitur layanan terhadap keputusan nasabah pengguna internet banking (Studi kasus BRI Syariah pusat)." *Jurnal Visionida*, 2020.
- Purbo, Onno W. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Raman, Arasu, and Viswanathan. "Web services and e-shopping decisions: A Study on Malaysian e-consumer." *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks and Bussines Information System*, 2011.

- Ratri, Dian Karunia. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada pelayanan jasa facial dengan bahan alami di house of annisa kota tuban." *E-Journal*, 2015.
- Razak, Kusmayadi. *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alauddin University Press, 2016.
- Rivalina, R. "Pola Pencarian Informasi di Internet." *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2004.
- Rizaty, Monavia Ayu. *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*. November 3, 2022. <https://dataindonesia.id> (accessed Januari 21, 2023).
- Rizky, Nina, Nyoman Putra Yasa, and Made Arie Wahyuni. "Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking dalam Bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 2018.
- S, Yudi, and Suharto. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Suhaimi, H.A, and B.A Hasan. "Determinants of Branchless Digital Banking Acceptance Among Generation Y in Malaysia." *IEEE*, 2018: 107.
- Sulistiawati, Nie Made Arie, and Ni Ketut Seminari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar." *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2015.
- Sunarto. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Amus, 2003.
- Suryani. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syafii, M. Lukman, and Nanang Cendriono. "Hukum Electronic Commerce (E-Commerce) Dalam Perspektif Islam." *Seminar Nasional dan Call For Prayer*, 2019: 271.
- Udo, G. "Privacy and Security E-Commerce: A Survey Study ." *The Journal of Information Management & Computer Security*, 2011: 14.
- Umaningsih, Wahyu Prastiwi, and Dewi Kusuma Wardani. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap

- Niat Menggunakan E-Money." *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 2020.
- Utomo, S.B. *Fiqih Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Wapresri. *Pentingnya Generasi Milenial dalam Penetrasi Pasar Perbankan Syariah*. Juli 13, 2021. <https://www.wapresri.go.id> (accessed Januari 10, 2023).
- Widi, Shilvina. *Penduduk Unbanked Indonesia terbesar keempat di Dunia pada 2021*. September 29, 2022. <https://dataindonesia.id> (accessed Desember 13, 2022).
- Wilardjo, Setia Budhi. "Pengertian, Peranan, dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia." *Jurnal Value Added*, 2005: 3.
- Wulandari, Siti. "Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen asuransi jiwa." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2017

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN



Kepada Yth.

Bapak/ibu, Saudara/i Responden Penelitian

Di tempat

Assalamualaikum wr. wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, saya:

Nama : Siti Khotijah

NPM : 1951020452

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh fitur layanan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan *internet banking* pada bank syariah (studi kasus pada masyarakat generasi milenial kabupaten pringsewu)”**. Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk dapat mengisi kuisisioner ini dengan jujur dan terbuka.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Siti Khotijah

A. Profil Responden

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/ibu, Saudara/i untuk menceklis salah satu pernyataan berikut ini:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki
3. Tahun Kelahiran :
 - a. 1981-1985
 - b. 1986-1990
 - c. 1991-1995
 - d. 1996-2000
4. Usia :
 - a. 19-25 Tahun
 - b. 26-31 Tahun
 - c. 32-38 Tahun
5. Daerah Tempat Tinggal :
 - a. Pringsewu
 - b. Adiluwih
 - c. Pagelaran
 - d. Pardasuka
 - e. Gadingrejo
 - f. Sukoharjo
 - g. Ambarawa
 - h. Banyumas
 - i. Pagelaran Utara

6. Pendidikan Terakhir :
- SMP/Sederajat
 - SMA/Sederajat
 - Akademi/Diploma
 - S1
 - S2
7. Pekerjaan :
- Pelajar /Mahasiswa
 - Karyawan Swasta
 - Pegawai Negeri Sipil
 - Wiraswasta
 - Lainnya
8. Lama Menggunakan :
- <1 Tahun
 - 1-2 Tahun
 - >2 Tahun

B. Petunjuk Pengisian Kusioner

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberi tanda check list (√) atau tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan kondisi yang menurut anda sesuai dengan anda. Pada setiap pernyataan, telah disediakan lima (5) point skala di sampingnya dengan keterangan sebagai berikut:

Kode	Keterangan	Skala
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

C. Kusioner

1. Fitur Layanan

Seberapa setujuakah anda dengan pernyataan-pernyataan mengenai fitur layanan menggunakan *internet banking* pada bank syariah dalam pernyataan berikut ini:

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Layanan <i>internet banking</i> pada bank syariah memiliki kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa.					
2	Layanan <i>Internet banking</i>					

	pada bank syariah memiliki keberagaman layanan transaksi.					
3	Layanan <i>Internet banking</i> pada bank syariah memiliki keberagaman fitur.					
4	Layanan <i>Internet banking</i> pada bank syariah memiliki inovasi produk.					

2. Kepercayaan

Seberapa setujuakah anda dengan pernyataan-pernyataan mengenai kepercayaan menggunakan *internet banking* pada bank syariah dalam pernyataan berikut ini:

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya percaya bertransaksi menggunakan <i>internet banking</i> mampu memenuhi kepuasan transaksi saya sebagai generasi milenial.					
2	Saya percaya <i>internet banking</i> mampu memberikan pelayanan yang terbaik.					
3	Menurut saya, transaksi melalui <i>internet banking</i>					

	dapat dipercaya dengan kesepakatan yang telah dibuat.					
4	Saya bersedia memberikan informasi keuangan yang diperlukan untuk bertransaksi menggunakan <i>internet banking</i> .					
5	Saya bersedia memenuhi syarat dan ketentuan dari transaksi menggunakan <i>internet banking</i> .					
6	Saya bersedia menerima resiko yang mungkin akan terjadi atas keputusan yang saya ambil pada penggunaan <i>internet banking</i> .					

3. Keamanan

Seberapa setujuakah anda dengan pernyataan-pernyataan mengenai keamanan menggunakan *internet banking* pada bank syariah dalam pernyataan berikut ini:

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	<i>Internet banking</i> pada bank syariah memberikan					

	jaminan keamanan saldo saya direkening.					
2	Adanya jaminan keamanan <i>internet banking</i> dari bank syariah bahwa uang yang ditransfer / dibayar sampai pada tujuan yang tepat.					
3	Merasa aman dengan kerahasiaan data <i>internet banking</i> pada bank syariah untuk menjaga data pribadi saya.					
4	Kerahasiaan data <i>internet banking</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.					

4. Minat

Seberapa setujukah anda dengan pernyataan-pernyataan mengenai minat menggunakan *internet banking* pada bank syariah dalam pernyataan berikut ini:

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya berminat bertransaksi menggunakan layanan <i>internet banking</i> dalam waktu dekat.					
2	<i>Internet banking</i> menjadi					

	pilihan utama saya untuk bertransaksi <i>non cash</i> .					
3	Saya mencari tahu dan membaca artikel tentang <i>internet banking</i> di internet.					
4	Saya bertanya langsung kepada bank syariah informasi tentang sistem <i>internet banking</i> .					
5	Minat menggunakan sistem <i>internet banking</i> dibandingkan mengantri di <i>teller</i> .					
6	Saya akan menjadikan <i>internet banking</i> sebagai prioritas pilihan pertama dalam bertransaksi.					
7	Saya akan merekomendasikan layanan <i>internet banking</i> kepada teman saya yang menggunakan jasa perbankan syariah.					
8	Saya akan merekomendasikan <i>internet banking</i> kepada keluarga saya.					

Lampiran 2: Jawaban Responden

Responden	Fitur Layanan (X1)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	totalx1
1	4	4	4	5	17
2	4	5	4	5	18
3	4	4	4	4	16
4	5	4	5	5	19
5	4	3	3	4	14
6	5	5	4	4	18
7	5	5	5	5	20
8	2	3	3	3	11
9	3	4	4	4	15
10	4	3	4	3	14
11	1	4	4	4	13
12	3	4	4	4	15
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	3	15
15	4	3	3	2	12
16	3	4	2	2	11
17	2	3	2	2	9
18	4	3	4	4	15
19	3	3	3	3	12
20	4	4	2	2	12
21	2	2	2	3	9
22	4	4	4	4	16
23	5	5	3	3	16
24	4	3	3	4	14
25	4	4	3	3	14
26	3	4	3	3	13
27	5	4	4	4	17
28	3	4	5	5	17
29	4	4	5	5	18
30	3	4	3	3	13

31	2	2	3	3	10
32	4	4	5	5	18
33	2	3	3	3	11
34	5	4	5	5	19
35	4	5	3	3	15
36	3	4	3	2	12
37	3	3	4	4	14
38	4	4	3	3	14
39	5	5	5	5	20
40	4	4	5	5	18
41	2	3	4	3	12
42	4	4	4	3	15
43	3	2	2	4	11
44	3	2	2	3	10
45	5	5	4	4	18
46	4	5	5	5	19
47	3	3	2	3	11
48	5	4	4	4	17
49	3	3	4	4	14
50	4	3	5	5	17
51	3	4	3	4	14
52	4	5	4	4	17
53	5	5	5	5	20
54	4	3	2	4	13
55	4	4	3	3	14
56	3	1	2	2	8
57	5	4	4	4	17
58	3	4	4	4	15
59	3	4	4	4	15
60	3	4	4	4	15
61	3	4	4	4	15
62	4	4	3	4	15
63	3	2	2	4	11
64	4	5	4	4	17

65	4	4	2	4	14
66	3	4	4	4	15
67	4	2	2	2	10
68	4	3	3	4	14
69	3	2	2	3	10
70	5	3	3	5	16
71	4	5	4	4	17
72	3	3	3	3	12
73	3	4	3	3	13
74	3	1	2	2	8
75	4	2	3	3	12
76	5	5	3	3	16
77	3	3	2	3	11
78	4	4	3	5	16
79	3	2	4	5	14
80	1	5	3	4	13
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	2	2	2	3	9
84	3	3	3	3	12
85	4	5	4	5	18
86	2	4	3	3	12
87	3	3	3	4	13
88	5	5	5	5	20
89	3	2	4	5	14
90	1	5	3	4	13
91	3	5	4	4	16
92	3	3	3	3	12
93	3	3	2	4	12
94	4	4	2	3	13
95	3	2	4	3	12
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	3	3	4	3	13

99	4	4	4	4	16
100	3	3	3	2	11

Responden	Kepercayaan (X2)						Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	5	5	5	4	4	27
2	4	5	4	5	4	4	26
3	5	4	4	5	4	4	26
4	4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	5	5	4	5	28
6	5	5	4	5	4	4	27
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	3	4	23
10	4	4	4	4	4	3	23
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	2	4	22
13	4	4	4	4	3	3	22
14	4	4	4	4	4	3	23
15	3	4	3	4	4	4	22
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	3	3	22
18	5	4	4	4	3	4	24
19	3	3	3	3	3	3	18
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	2	3	2	3	2	15
22	4	4	4	4	5	4	25
23	4	4	5	5	4	5	27
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	3	3	3	3	4	20
26	3	3	4	4	3	4	21
27	5	5	5	4	5	5	29
28	4	4	3	4	4	4	23

29	5	5	3	4	5	4	26
30	4	4	3	4	4	4	23
31	3	3	2	2	1	2	13
32	2	2	4	4	4	5	21
33	3	3	3	3	3	4	19
34	1	1	5	4	5	5	21
35	3	3	3	4	4	5	22
36	3	3	4	4	4	4	22
37	2	2	5	3	4	4	20
38	4	4	4	4	4	5	25
39	5	5	5	4	5	4	28
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	4	4	3	3	4	22
42	3	3	4	2	4	4	20
43	3	3	3	3	3	4	19
44	3	3	3	2	3	4	18
45	5	5	5	5	4	5	29
46	5	5	5	4	5	5	29
47	3	2	2	2	4	2	15
48	4	4	5	5	5	5	28
49	3	3	3	4	4	3	20
50	5	5	5	4	4	3	26
51	4	4	4	5	5	5	27
52	4	4	4	4	5	4	25
53	4	4	5	5	4	5	27
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	3	3	3	3	4	19
56	3	3	4	4	3	4	21
57	5	5	5	4	5	5	29
58	4	4	3	4	4	4	23
59	5	5	3	4	5	4	26
60	4	4	3	4	4	4	23
61	3	3	4	4	4	4	22
62	2	2	4	4	4	5	21

63	3	3	3	3	3	4	19
64	1	1	5	4	5	5	21
65	3	3	3	4	4	5	22
66	3	3	4	4	4	4	22
67	2	2	5	3	4	4	20
68	3	3	4	4	4	3	21
69	2	2	4	3	3	3	17
70	4	4	4	3	4	4	23
71	4	4	4	3	3	4	22
72	3	3	3	3	2	3	17
73	3	3	3	3	3	4	19
74	3	3	2	2	3	3	16
75	4	4	3	4	4	5	24
76	3	5	3	2	2	3	18
77	4	4	5	4	4	5	26
78	4	4	5	5	5	5	28
79	3	3	3	4	4	3	20
80	5	5	5	4	4	3	26
81	3	3	4	4	3	4	21
82	4	4	4	4	4	4	24
83	2	2	3	3	2	2	14
84	4	4	3	3	4	3	21
85	5	5	4	4	5	4	27
86	3	3	3	3	3	4	19
87	4	4	4	4	2	2	20
88	4	4	4	5	5	5	27
89	5	5	3	3	4	5	25
90	5	5	5	5	4	5	29
91	4	3	3	3	3	3	19
92	4	4	3	4	3	3	21
93	3	1	3	1	1	3	12
94	1	3	1	3	3	3	14
95	3	3	3	3	3	2	17
96	3	3	3	3	2	3	17

97	3	2	3	2	3	3	16
98	3	3	3	3	4	3	19
99	3	4	4	4	4	3	22
100	3	3	3	3	3	4	19

Responden	Keamanan (X3)				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
1	4	5	5	4	18
2	5	4	4	5	18
3	4	5	4	4	17
4	4	5	4	4	17
5	5	4	5	5	19
6	4	5	4	4	17
7	5	5	5	5	20
8	3	3	3	2	11
9	4	4	4	3	15
10	3	3	4	4	14
11	4	4	3	3	14
12	1	1	1	2	5
13	4	4	5	5	18
14	3	3	2	2	10
15	2	2	2	2	8
16	2	2	3	3	10
17	1	1	2	3	7
18	4	4	4	4	16
19	3	2	3	2	10
20	5	5	4	4	18
21	2	2	2	2	8
22	4	4	3	3	14
23	4	5	4	4	17
24	4	4	4	4	16
25	3	3	3	3	12
26	5	5	4	5	19

27	5	5	4	4	18
28	4	3	3	3	13
29	5	3	4	4	16
30	4	3	3	3	13
31	3	4	4	2	13
32	3	5	3	4	15
33	3	3	3	4	13
34	5	4	3	4	16
35	3	5	3	2	13
36	2	4	2	3	11
37	3	3	2	3	11
38	3	4	4	2	13
39	5	4	4	4	17
40	3	5	3	5	16
41	4	2	2	3	11
42	3	4	3	2	12
43	3	4	3	3	13
44	3	3	3	3	12
45	3	5	5	5	18
46	5	5	5	5	20
47	4	5	3	3	15
48	5	5	4	5	19
49	4	3	3	2	12
50	4	5	5	5	19
51	5	5	5	5	20
52	4	4	3	4	15
53	5	5	4	4	18
54	4	4	4	4	16
55	4	4	3	4	15
56	3	5	2	5	15
57	4	5	4	4	17
58	4	3	3	4	14
59	4	3	4	5	16
60	4	3	3	4	14

61	3	3	3	3	12
62	3	3	3	5	14
63	3	2	2	4	11
64	5	3	3	4	15
65	4	3	3	5	15
66	4	3	2	3	12
67	3	4	3	4	14
68	3	3	3	4	13
69	3	3	3	3	12
70	3	4	4	3	14
71	2	3	4	2	11
72	2	3	3	3	11
73	3	4	4	3	14
74	2	2	2	3	9
75	4	2	3	2	11
76	4	4	3	3	14
77	3	3	3	3	12
78	5	4	4	5	18
79	2	2	3	2	9
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	3	15
82	4	4	4	4	16
83	1	2	2	2	7
84	3	4	4	4	15
85	4	5	4	5	18
86	4	4	4	2	14
87	3	3	4	3	13
88	5	5	5	4	19
89	2	3	2	3	10
90	4	5	4	3	16
91	2	4	3	2	11
92	3	4	4	2	13
93	2	2	1	1	6
94	4	3	1	2	10

95	2	1	2	1	6
96	2	2	2	3	9
97	3	3	3	2	11
98	3	3	3	3	12
99	3	3	3	3	12
100	2	2	2	3	9

Responden	Minat (Y)								Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	5	4	4	5	3	4	4	34
2	5	5	4	5	4	4	5	5	37
3	4	5	4	5	4	4	5	5	36
4	5	4	4	5	4	5	4	4	35
5	4	5	4	5	4	4	4	4	34
6	4	4	4	4	4	3	4	4	31
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	3	3	3	3	3	4	3	4	26
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	3	4	4	3	4	4	4	30
12	2	2	2	2	2	4	4	4	22
13	5	4	5	5	4	5	5	4	37
14	3	5	3	3	5	5	5	3	32
15	4	4	4	4	4	3	4	3	30
16	3	4	3	3	4	4	3	4	28
17	4	3	4	4	3	2	3	3	26
18	5	5	5	5	5	5	5	4	39
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	5	5	5	5	5	5	5	4	39
21	3	3	3	3	3	4	2	2	23
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	5	5	4	34
24	4	4	4	4	4	4	5	4	33

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

59	4	4	4	4	4	5	4	4	33
60	2	4	2	2	4	4	4	4	26
61	4	4	4	4	4	3	4	4	31
62	4	4	4	4	4	3	3	3	29
63	4	3	4	4	3	4	3	4	29
64	5	4	5	5	4	5	3	3	34
65	3	5	3	3	5	3	4	4	30
66	4	4	4	4	4	3	3	3	29
67	2	3	2	2	3	4	3	4	23
68	3	4	3	3	4	4	5	5	31
69	3	3	3	3	3	4	4	3	26
70	3	4	3	3	4	4	4	3	28
71	4	3	4	4	3	3	3	3	27
72	4	4	4	4	4	3	4	4	31
73	3	3	3	3	3	4	4	4	27
74	3	3	3	3	3	2	2	2	21
75	3	3	3	3	3	4	5	5	29
76	4	3	4	4	3	3	3	4	28
77	3	3	3	3	3	4	3	3	25
78	5	3	5	5	3	5	5	5	36
79	4	2	4	4	2	5	2	3	26
80	4	5	4	4	5	4	4	4	34
81	4	4	4	4	4	3	4	4	31
82	4	3	4	4	3	4	4	3	29
83	3	2	3	3	2	3	3	2	21
84	3	4	3	3	4	4	3	4	28
85	4	5	4	4	5	5	4	5	36
86	3	4	3	3	4	4	4	3	28
87	3	3	3	3	3	4	4	3	26
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	3	3	3	3	3	3	3	4	25
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	3	3	3	3	3	3	4	4	26
92	3	4	3	3	4	4	3	3	27

93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	4	4	4	4	4	4	2	4	30
95	3	3	3	3	3	4	3	3	25
96	3	3	3	3	3	3	4	3	25
97	3	4	3	3	4	4	3	3	27
98	4	3	4	4	3	3	4	3	28
99	5	4	5	5	4	4	4	4	35
100	3	3	3	3	3	3	3	4	25



Lampiran 3: Hasil SPSS Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

1. Fitur Layanan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Fitur Layanan (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.380**	.386**	.353**	.693**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.380**	1	.508**	.396**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.386**	.508**	1	.687**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.353**	.396**	.687**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Fitur Layanan (X1)	Pearson Correlation	.693**	.755**	.837**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Kepercayaan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kepercayaan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.867**	.356**	.469**	.344**	.252*	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.867**	1	.326**	.541**	.394**	.264**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.356**	.326**	1	.619**	.513**	.530**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.469**	.541**	.619**	1	.612**	.563**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.344**	.394**	.513**	.612**	1	.590**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.252*	.264**	.530**	.563**	.590**	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.011	.008	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan (X2)	Pearson Correlation	.747**	.771**	.726**	.833**	.756**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

3. Keamanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Keamanan (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.624**	.615**	.594**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.624**	1	.691**	.552**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.615**	.691**	1	.556**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.594**	.552**	.556**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan (X3)	Pearson Correlation	.844**	.859**	.845**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

4. Minat (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Minat (Y)
Y.1 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .000 100	.517** .000 100	.976** .000 100	.976** .000 100	.509** .000 100	.433** .000 100	.453** .000 100	.296** .003 100	.855** .000 100
Y.2 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.517** .000 100	1 .000 100	.495** .000 100	.530** .000 100	.977** .000 100	.442** .000 100	.528** .000 100	.317** .001 100	.798** .000 100
Y.3 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.976** .000 100	.495** .000 100	1 .000 100	.969** .000 100	.500** .000 100	.446** .000 100	.446** .000 100	.272** .006 100	.845** .000 100
Y.4 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.976** .000 100	.530** .000 100	.969** .000 100	1 .000 100	.490** .000 100	.446** .000 100	.467** .000 100	.315** .001 100	.860** .000 100
Y.5 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.509** .000 100	.977** .000 100	.500** .000 100	.490** .000 100	1 .000 100	.455** .000 100	.506** .000 100	.277** .005 100	.783** .000 100
Y.6 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.433** .000 100	.442** .000 100	.446** .000 100	.446** .000 100	.455** .000 100	1 .000 100	.452** .000 100	.274** .006 100	.646** .000 100
Y.7 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.453** .000 100	.528** .000 100	.446** .000 100	.467** .000 100	.506** .000 100	.452** .000 100	1 .000 100	.510** .000 100	.722** .000 100
Y.8 Pearson Correlation	.296**	.317**	.272**	.315**	.277**	.274**	.510**	1	.536**

	on									
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.006	.001	.005	.006	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Min	Pearson	.855**	.798**	.845**	.860**	.783**	.646**	.722**	.536**	1
at	Correlati									
(Y)	on									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100



B. Uji Reabilitas**1. Fitur Layanan (X1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

2. Kepercayaan (X2)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	6

3. Keamanan (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	4

4. Minat (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	8

Lampiran 4: Hasil SPSS Uji Asumsi Klasik

A. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.62905401
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.038
	Negative	-.036
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

B. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.206	1.605		5.737	.000		
Fitur Layanan (X1)	.520	.123	.318	4.219	.000	.581	1.722
Kepercayaan (X2)	.336	.097	.292	3.450	.001	.461	2.170
Keamanan (X3)	.468	.112	.345	4.193	.000	.487	2.054

a. Dependent Variable: Minat (Y)

C. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.872	.979		2.932	.004
Fitur Layanan (X1)	.010	.075	.017	.131	.896
Kepercayaan (X2)	-.021	.059	-.053	-.354	.724
Keamanan (X3)	-.035	.068	-.074	-.509	.612

a. Dependent Variable: Abs_res

Lampiran 5: Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.206	1.605		5.737	.000
Fitur Layanan (X1)	.520	.123	.318	4.219	.000
Kepercayaan (X2)	.336	.097	.292	3.450	.001
Keamanan (X3)	.468	.112	.345	4.193	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Lampiran 6: Hasil SPSS Uji Hipotesis

A. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.206	1.605		5.737	.000
Fitur Layanan (X1)	.520	.123	.318	4.219	.000
Kepercayaan (X2)	.336	.097	.292	3.450	.001
Keamanan (X3)	.468	.112	.345	4.193	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

B. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1477.719	3	492.573	69.105	.000 ^b
Residual	684.281	96	7.128		
Total	2162.000	99			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X3), Fitur Layanan (X1), Kepercayaan (X2)


C. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.683	.674	2.66982

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X3), Fitur Layanan (X1), Kepercayaan (X2)

Lampiran 7: Surat Izin Riset Penelitian Kabupaten Pringsewu

 **PEMERINTAH KABUPATEN PRINGSEWU**
SEKRETARIAT DAERAH
 Komplek Perkantoran Pemerintahan Daerah Kabupaten Pringsewu Kode Pos. 35172
 Pringsewu - Lampung

Pringsewu, 02 November 2022

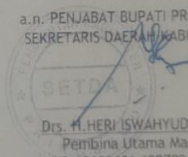
Kepada

Nomor : 100/ 4519 /U.02/2022 Yth. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri
 Sifat : Segera Raden Intan Lampung
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Pra Riset an. Siti Khotijah NPM. 1951020452. di - **BANDAR LAMPUNG**

Menindaklanjuti surat Wakil Dekan I Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Nomor : 3669/Un.16/DE/PP.00.9/10/2022 tanggal 13 Oktober 2022 hal Permohonan izin riset, dengan ini Pemerintah Kabupaten Pringsewu memberikan izin pra riset kepada :

Nama /NPM : Siti Khotijah / 1951020452
 Jurusan : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan dan Keamanan terhadap minat generasi milenial menggunakan internet banking pada Bank Syariah (studi kasus masyarakat generasi milenial Kabupaten Pringsewu)
 Lokasi Penelitian : Kabupaten Pringsewu

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n. PENJABAT BUPATI PRINGSEWU
 SEKRETARIS DAERAH KABUPATEN,

 Drs. H. HERI ISWAHYUDI, M.Ag
 Pembina Utama Madya
 NIP.19691101 199702 1 007

Tembusan :
 Penjabat Bupati Pringsewu (sebagai laporan)

Lampiran 8: Surat Keterangan Hasil Turnitin



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
 Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN
 Nomor: B- 0004 /Un.16 / P1 /KT/V/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
 NIP : 197308291998031003
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT
 GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA BANK SYARIAH
 (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten Pringsewu)**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
SITI KHOTIJAH	1951020452	FEBI/ PS

Bebas plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 16 % dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 02 Mei 2023
 Kepala Pusat Perpustakaan



Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Kabupaten Pringsewu)

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	3%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
5	lepsi.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1%
7	journal.unusida.ac.id Internet Source	<1%
8	docobook.com Internet Source	<1%
9	id.123dok.com Internet Source	<1%
10	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%
11	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1%
12	repository.ub.ac.id Internet Source	

<1 %

13

kc.umn.ac.id

Internet Source

<1 %

14

www.jurnal.unsyiah.ac.id

Internet Source

<1 %

15

jurnal.ibik.ac.id

Internet Source

<1 %

16

ekbis.sindonews.com

Internet Source

<1 %

17

Submitted to UIN Walisongo

Student Paper

<1 %

18

journal.ar-raniry.ac.id

Internet Source

<1 %

19

journal.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

<1 %

20

Submitted to Universitas Jember

Student Paper

<1 %

21

Submitted to Universitas Islam Indonesia

Student Paper

<1 %

22

www.dpr.go.id

Internet Source

<1 %

23

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

24

ikatanbankir.id

Internet Source

<1 %

25

dataindonesia.id

Internet Source

<1 %

26

Submitted to University of Wales central institutions

Student Paper

<1 %

27	repository.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
28	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
29	Farrukh Zafar, Asif Kamran, Shah Salman, Saif ur Rehman. "Chapter 14 Influence ofE-commerce andEmerging Innovative Technological Advancements intheBanking Sector inPakistan", Springer Science and Business Media LLC, 2022 Publication	<1 %
30	databoks.katadata.co.id Internet Source	<1 %
31	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
32	talenta.usu.ac.id Internet Source	<1 %
33	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
34	core.ac.uk Internet Source	<1 %
35	jurnalfsh.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
36	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
37	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
38	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
39	Gusi Putu Lestara Permana, Adek Ika Elsiani. "APAKAH METODE PEMBAYARAN PAYLATER AMAN?", JAZ:Jurnal Akuntansi Unihaz, 2022 Publication	<1 %

40	eprints.uniska-bjm.ac.id Internet Source	<1 %
41	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1 %
42	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
44	databoks-series.katadata.co.id Internet Source	<1 %
45	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
46	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
47	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
48	ejurnal.unespadang.ac.id Internet Source	<1 %
49	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
50	id.wikipedia.org Internet Source	<1 %
51	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source	<1 %
52	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
53	repository.podomorouniversity.ac.id Internet Source	<1 %
54	repository.widyamataram.ac.id Internet Source	<1 %

www.actualidadgadget.com

55

Internet Source

<1 %

56

www.womensuggboots.us.com

Internet Source

<1 %

57

repository.uma.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On