

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA
PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk KCP
PALEMBANG A RIVAI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**NOOR THALINA DWIPAYANA
1951020166**



Program Studi Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN *INTERNET BANKING* PADA
PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk KCP
PALEMBANG A RIVAI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

**NOOR THALINA DWIPAYANA
1951020166**

Pembimbing 1: Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M. E. I.

Pembimbing 2: Weny Rosilawati, S.E., M. M.

Program Studi Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 sebanyak 196,71 juta pengguna, kemudian ditahun 2021 jumlah pengguna internet tercatat sebanyak 202,6 juta pengguna, dan ditahun 2022 pengguna internet bertambah menjadi 220 juta pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada Bank Syariah Indonesia pengguna *internet banking* berjumlah 4,81 juta nasabah. Dari hasil data lapangan yang di dapat sebagai data perbandingan antar Bank Syariah Indonesia di Kota Palembang, pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai pengguna *internet banking* aktifnya lebih rendah di banding pengguna *internet banking* tidak aktifnya. Hal tersebut rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Apakah persepsi kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Tujuan penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui apakah pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Sumber data pada penelitian ini adalah menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan rumus *slovin* dengan menggunakan penyebaran kuesioner/angket. Metode analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f), dengan mengolah data menggunakan aplikasi *SPSS 25.0*.

Hasil penelitian dan analisis penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat, pada variabel kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Sedangkan secara simultan dapat dijelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Kata Kunci: *Minat, Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan dan Kepercayaan.*

ABSTRACT

Based on data from the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) stated that internet users in Indonesia in 2019-2020 were 196.71 million users, then in 2021 the number of internet users was recorded at 202.6 million users, and in 2022 internet users increased to 220 million users. This shows that internet users continue to increase from year to year. At Bank Syariah Indonesia, internet banking users amounted to 4.81 million customers. From the results of field data obtained as comparison data between Bank Syariah Indonesia in Palembang City, at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai active internet banking users are lower than inactive internet banking users. This is the formulation of the problem in this study, namely: Does the perception of convenience, usefulness and trust have a partial and simultaneous effect on customer interest in using internet banking at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. The purpose of this study is: To determine whether the influence of perceived convenience, usefulness, and trust has a partial and simultaneous effect on customer interest in using internet banking at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

In this study the author used quantitative research methods with associative properties. The source of data in this study is using primary data. The data collection technique used in this study is simple random sampling. The sample of this study was 100 respondents taken with the slovin formula using the distribution of questionnaires / questionnaires. The analysis method uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests (t test and f test), by processing data using the SPSS 25.0 application.

The results of this study and analysis showed that partially the variables of perception of ease and trust had a significant effect on interest, on the variable of usefulness did not have a significant effect on interest. While simultaneously it can be explained that the variables of perception of convenience, usefulness, and trust have a significant effect on customer interest in using internet banking at Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Keywords: *Interest, Perception of Ease, Usefulness and Trustworthiness.*



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Noor Thalina Dwipayana
NPM : 1951020166
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun salinan dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 27 September 2023



Noor Thalina Dwipayana
NPM. 1951020445



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN,
KEBERMANFAATAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN *INTERNET
BANKING* PADA PT BANK SYARIAH
INDONESIA TBK KCP PALEMBANG A
RIVAI

Nama : Noor Thalina Dwipayana

NPM : 1951020166

Program Studi : Perbankan Syariah

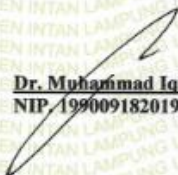
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

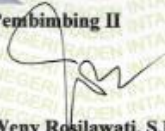
MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I
NIP. 199009182019031010


Weny Rosilawati, S.E., M.M
NIP. 198008012003121001

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah


Any Eliza, S.E., M.Ak., Akt
NIP. 198308152006042004

vi



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung 35131


PENGESAHAN


Skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai”** disusun oleh **Noor Thalina Dwipayana, NPM 1951020166** Program Studi Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada Hari/Tanggal: **Senin, 20 November 2023**

TIM PENGUJI

Ketua : **A. Zuliansyah, S. Si., M. M.** 

Sekretaris : **Gustika Nurmalia, S. E. I., M. Ek.** 

Penguji I : **Anas Malik, M. E. Sy.** 

Penguji II : **Weny Rosilawati, S. E., M. M.** 

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA.

NIP. 197009262008011008

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ
مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

QS. Al Insyirah ayat 5-6



PERSEMBAHAN

Ucapan rasa syukur yang selalu saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini. Dengan izin Allah SWT saya dapat mempersembahkan karya ini kepada orang-orang terkasih dan tersayang.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Pintu surgaku, Mama tercinta Dra. Lasmardalena. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk kasih sayang, bantuan, semangat serta doa yang diberikan selama ini sehingga penulis tidak menyerah sampai menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk nasihat yang selalu diberikan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang kadang keras kepala ini. Mama adalah menjadi alasan terkuat penulis serta sebagai pengingat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih mama, sudah menjadi tempatku untuk selalu pulang.
2. Pahlawanku, Papa tercinta Kemas Agusman, B. Sc. Terimakasih telah memberikan cinta dan kasih sayang selama ini kepada penulis. Terimakasih telah mendoakan serta mendukung penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
3. Saudariku satu-satunya, Mbakku tersayang Noor Thalia Melinia, S. Psi., Terimakasih telah menghibur hari-hari penulis dan memberikan masukan kepada penulis selama ini, mengajarkan penulis, memberikan doa serta selalu memberikan support kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
4. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu dunia kehidupan.

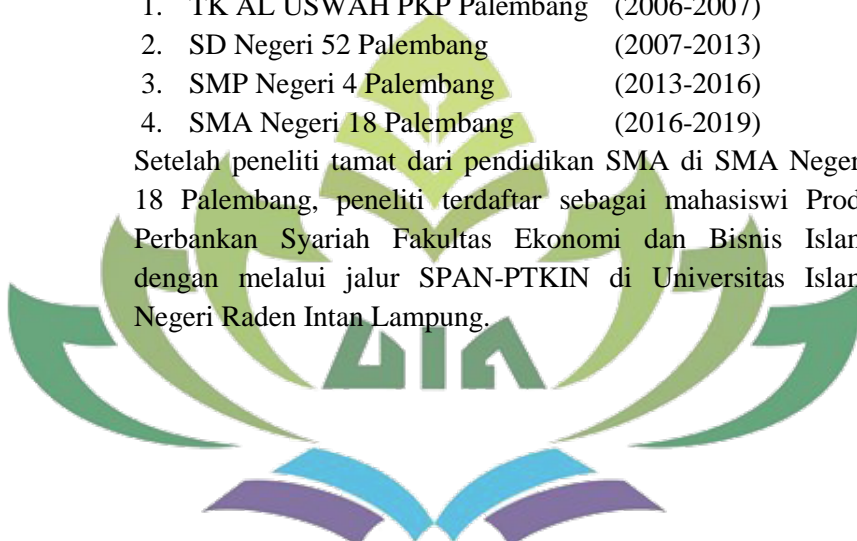
RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap Noor Thalina Dwipayana, dilahirkan di RS Siti Khadijah Palembang pada tanggal 19 Maret 2002. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara, putri dari pasangan Ibu Dra Lasmardalena Azil dan Bapak Kemas Agusman, B. Sc. Beralamat tempat tinggal Jalan Praja Gupta No. 09 RT. 18 RW. 04 Kelurahan Srimulya Kecamatan Sematang Borang, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Berikut adalah riwayat pendidikan peneliti:

1. TK AL USWAH PKP Palembang (2006-2007)
2. SD Negeri 52 Palembang (2007-2013)
3. SMP Negeri 4 Palembang (2013-2016)
4. SMA Negeri 18 Palembang (2016-2019)

Setelah peneliti tamat dari pendidikan SMA di SMA Negeri 18 Palembang, peneliti terdaftar sebagai mahasiswi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan melalui jalur SPAN-PTKIN di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim...

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan, kemudahan, serta kelancaran, sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat dalam memenuhi gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi yang peneliti tulis ini jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangatlah dibutuhkan untuk masukan kedepannya. Selain itu, selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan dari pihak-pihak yang turut serta dalam memberikan dukungan secara materi dan moril. Oleh karena itu, segala hormat peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt, C. A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Ibu Any Eliza, S. E., M. Ak. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan informasi serta arahan yang baik.
3. Ibu Femei Purnamasari, S. E., M. Si. selaku Sekertaris Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan informasi serta arahan yang baik.
4. Bapak Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M. E. I. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dengan sabar dalam mengerjakan skripsi ini, serta memberikan dorongan dan arahan yang baik.
5. Ibu Weny Rosilawati, S. E., M. M. selaku pembimbing II yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti, serta memberikan arahan dan kemudahan dalam permasalahan yang peneliti alami dari pertama bimbingan sampai dengan berakhirnya penyusunan skripsi ini dengan penuh perhatian dan kesabaran.

6. Bapak dan Ibu Dosen penguji skripsi yang telah meluangkan waktunya serta yang telah memberikan masukan untuk peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Sivitas Akademika Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah membantu peneliti terkait dengan proses administrasi dan memberikan informasi tentang perkuliahan kepada peneliti.
8. Bapak Deta Arianto dan Ibu Corry Rizky Pratiwi selaku *Back Office* Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai dan *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian serta membantu memberikan informasi kepada peneliti.
9. Keluarga besar mama dan papa terimakasih yang telah memberikan doa dan support kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat, dan teman-teman peneliti ucapkan terimakasih kepada Nur, Rinda, Manda, Ejak, Nadia, Tiara, Shela, dan Ilma telah support peneliti, saling mendoakan satu sama lain, dan selalu menjadi pendengar keluh kesah peneliti.
11. Teruntuk mahasiswa/i kelas B Perbankan Syariah Angkatan tahun 2019 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu terimakasih untuk beberapa tahun telah hadir di hidup peneliti, telah memberikan dukungan serta bantuan kepada peneliti selama perkuliahan, semoga silaturahmi antara kita akan terus berhubungan walau jarak dan waktu terpisah.
12. Terakhir peneliti ucapkan terimakasih kepada diri sendiri Noor Thalina Dwipayana karena telah kuat menghadapi rintangan serta hambatan dalam penyelesaian skripsi ini. Kamu selalu berharga, tidak peduli seberapa putus asanya kamu sekarang, akan tetapi kamu sudah sanggup melewati masa sulitmu dan menyelesaikan ini

dengan baik. Terimakasih sudah menjadi anak yang kuat untuk bertahan diatas semua terpaan dan cobaan, hinaan serta cacian tidak menjadikan peneliti untuk berhenti. Peneliti berjanji bahwa setelah adanya badai akan adanya pelangi. Kamu sangat keren dan hebat, Alin. Kesuksesanmu menanti kamu. You did it!.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Kajian Terdahulu yang Relevan	13
H. Sistematika Penulisan	17

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN

HIPOTESIS	19
A. Teori Perilaku Konsumen.....	19
B. Theory of Acceptance Model	21
C. Theory of Reasoned Action.....	22
D. Persepsi Kemudahan	23
1. Pengertian Persepsi Kemudahan	23
2. Indikator Persepsi Kemudahan Pada Internet Banking ...	26
3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Pada Internet Banking	27
E. Kebermanfaatan.....	28
1. Pengertian Kebermanfaatan.....	28
2. Indikator Kebermanfaatan Pada Internet Banking	30
3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kebermanfaatan Pada Internet Banking	31
4. Jenis – jenis Kebermanfaatan	31

F. Kepercayaan	32
1. Pengertian Kepercayaan	32
2. Indikator Kepercayaan Pada Internet Banking	34
3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	35
G. Minat	36
1. Pengertian Minat	36
2. Indikator Minat Pada Internet Banking	37
3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Pada Internet Banking	38
4. Jenis - jenis Minat	39
H. Internet Banking	40
1. Pengertian Internet Banking	40
2. Jenis Internet Banking	43
I. Kerangka Berpikir	43
J. Hipotesis Penelitian	45

BAB III METODE PENELITIAN49

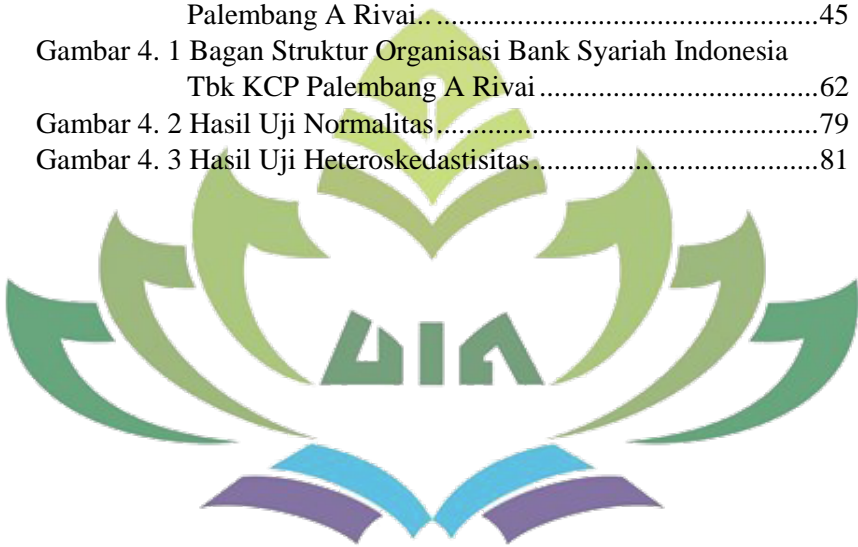
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	49
1. Jenis Penelitian	49
2. Sifat Penelitian.....	50
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data	50
1. Populasi	50
2. Sampel	50
3. Teknik Pengumpulan Data	51
D. Definisi Operasional Variabel	52
1. Persepsi Kemudahan	52
2. Kebermanfaatan.....	52
3. Kepercayaan	53
4. Minat	53
E. Instrumen Penelitian	54
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Reliabilitas	55
G. Uji Prasarat Analisis	55
1. Uji Asumsi Klasik	55
2. Analisis Linier Berganda	57
H. Uji Hipotesis	58
1. Uji T	58
2. Uji F.....	58
3. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskriptif Data	60
1. Gambaran Umum Perusahaan	60
2. Gambaran Umum Responden.....	64
3. Hasil Analisis Deskriptif	67
B. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis	74
 BAB V PENUTUP	 97
A. Simpulan	97
B. Rekomendasi.....	98
 DAFTAR RUJUKAN.....	 100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nasabah Pengguna Internet Banking pada BSI Seluruh Indonesia	5
Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Nasabah Tabungan yang Terintegrasi Internet Banking	6
Gambar 1. 3 Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Indonesia di Wilayah Kota Palembang.....	8
Gambar 2. 1 Bagan Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.....	45
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.....	62
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	79
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	65
Tabel 4. 3 Pekerjaan / Profesi Responden	66
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X1)	67
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Kebermanfaatan (X2)	69
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X3)	71
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Minat (Y)	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Persepsi Kemudahan (X1)	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Kebermanfaatan (X2).....	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas Kepercayaan (X3)	83
Tabel 4. 14 Analisis Linier Berganda.....	84
Tabel 4. 15 Hasil Uji T Statistik (Parsial)	86
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	89
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian.....	104
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	112
Lampiran 3 Analisis Deskriptif	125
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	130
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	134
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	138
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	140
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian	143



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan suatu gambaran yang jelas bertujuan guna menghindari kesalahpahaman atau kurang jelasnya dalam mengambil arti ataupun maksud istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa istilah yang digunakan didalam judul “**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai (Studi Kasus Pada Generasi Milenial)**”. Berikut adalah uraian dari judul penelitian.

1. **Pengaruh** menurut W.J.S Poewadarmita, pengaruh merupakan sebuah daya yang ada didalam suatu yang bersifat bisa memberikan perubahan kepada yang sifatnya bisa memberikan sebuah perubahan kepada pihak lain.¹
2. **Persepsi Kemudahan** (*perceived ease of use*) adalah keyakinan seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi. Bisa dengan mudah digunakan serta dipahami sehingga pengguna tidak merasa kaget jika ada teknologi yang baru.²
3. **Kebermanfaatan** adalah seorang individu yang yakin dalam menggunakan sebuah teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Apabila individu beranggapan bahwa dengan adanya media informasi bermanfaat maka individu tersebut akan terus menggunakannya.³
4. **Kepercayaan** adalah sebuah variabel kunci dalam mengembangkan aspirasi konsumen pada produk yang

¹ W.J.S Poewadarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1996).

² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005).

³ Yudianto Oentario, Agung Harianto, and Jenny Irawati, ‘Pengaruh Usefulness, Ease of Use, Risk Terhadap Intentionto Buy Onlinepatisserie Melalui Consumer Attitude Berbasis Media Sosial Di Surabaya’, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11.1 (2017), 26–31 <<https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>>.

bertahan lama dalam mempertahankan hubungan jangka Panjang.⁴

5. **Minat nasabah** bisa didefinisikan sebagai frekuensi (seberapa sering) nasabah dalam menggunakan fasilitas layanan pada jasa perbankan yang tersedia dengan melalui *internet banking*.
6. **Internet banking** merupakan fasilitas jasa yang disediakan oleh setiap pihak bank dengan melalui alat elektronik seperti *handphone*, Ipad, komputer, dan lainnya yang bertujuan untuk mengganti kebutuhan bertransaksi dengan mudah dan cepat yang biasanya dilakukan melalui mesin ATM.

Berdasarkan dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan dalam penegasan judul, maka maksud dari penegasan judul tersebut adalah untuk mengetahui **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai”**.

B. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, hampir semua masyarakat Indonesia yang menggunakan internet tidak dipungkiri pula bahwa hal tersebut secara tidak langsung mendorong negara untuk menjadi lebih maju dan berkembang. Internet adalah sebuah media di Indonesia yang bertujuan untuk melakukan aktivitas bertransaksi serta bertukar informasi. Dalam dunia perbankan sistem teknologi juga dapat membantu masyarakat dalam segi pelayanan yang baik dengan menarik minat nasabah yaitu dalam memberikan kemudahan, kebermanfaatan serta kepercayaan dengan melakukan transaksi secara *online* tanpa harus datang langsung ke bank.

Perkembangan teknologi yang sangat cepat di era modern saat ini terutama dalam layanan jasa perbankan.

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2000).

Perbankan merupakan sebuah lembaga keuangan yang sangat penting dalam menunjang perekonomian dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Dengan perkembangan di era digitalisasi sekarang ini layanan perbankan mengeluarkan sebuah layanan yang berbasis *internet banking*. *Internet banking* ini adalah sebuah layanan yang dikeluarkan oleh pihak perbankan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menggunakan internet terbesar di Asia Tenggara. Untuk saat ini internet menjadikan salah satu kebutuhan primer untuk para penggunanya. Dengan adanya *internet banking* tersebut menjadikan setiap orang melakukan berbagai kegiatan menjadi mudah dan cepat. *Internet banking* sangat membantu kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat. Adapun tidak sedikit juga seseorang yang⁵ tidak menggunakan *internet banking* tersebut bahkan ada juga seseorang yang terbatas akan fasilitasnya. Begitupun pandangan seseorang dalam menggunakannya, terlihat rumit dalam menggunakannya dan tidak semua orang dapat memahami dengan mudah cara menggunakannya.

Setiap tahunnya jumlah pengguna internet terus bertambah, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 sebanyak 196,71 juta pengguna, kemudian ditahun 2021 jumlah pengguna internet tercatat sebanyak 202,6 juta pengguna, dan ditahun 2022 pengguna internet bertambah menjadi 220 juta pengguna.⁶

Kemudahan penggunaan adalah sebuah faktor yang bisa memudahkan nasabah dalam menggunakan suatu jasa

⁵ Salsabiila Nur Aziizah and Ahmad Zuliansyah, 'Pengaruh Perceived Organizational Support (POS) Dan Work Stress Terhadap Munculnya Perilaku Kontraproduktif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Karyawan PT . Gula Putih Mataram Di Lampung Tengah)', 5.1 (2023), 65–78.

⁶ Sri Ismulyaty, Nurmaini, and May Roni, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)', *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8.1 (2022), 66–75 <<https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>>.

yang terbebas dari berbagai macam kendala atau risiko. Perbankan melakukan satu langkah yaitu persepsi kemudahan agar memudahkan nasabah dalam menggunakan jasa dan layanannya. Dengan adanya kepercayaan maka dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan jasa dan layanan perbankan khususnya dalam dunia teknologi yaitu *internet banking*. Pihak perbankan meyakinkan kepada nasabah dalam menggunakan jasanya dengan tidak mengecewakan atau tidak melakukan kendala pada saat nasabah dalam menggunakan jasa dan layanan melalui teknologi yaitu *internet banking*.⁷

Kepercayaan berhubungan dengan beberapa faktor yaitu antar pribadi dan antar organisasi yang meliputi kompetensi, kejujuran, integritas dan kebaikan hati. Hubungan yang stabil antar nasabah dan pihak bank merupakan sebuah kepercayaan. Dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak bank pada simpanan nasabah yang ada di bank merupakan kemampuan pihak bank untuk membentuk rasa kepercayaan nasabah.⁸

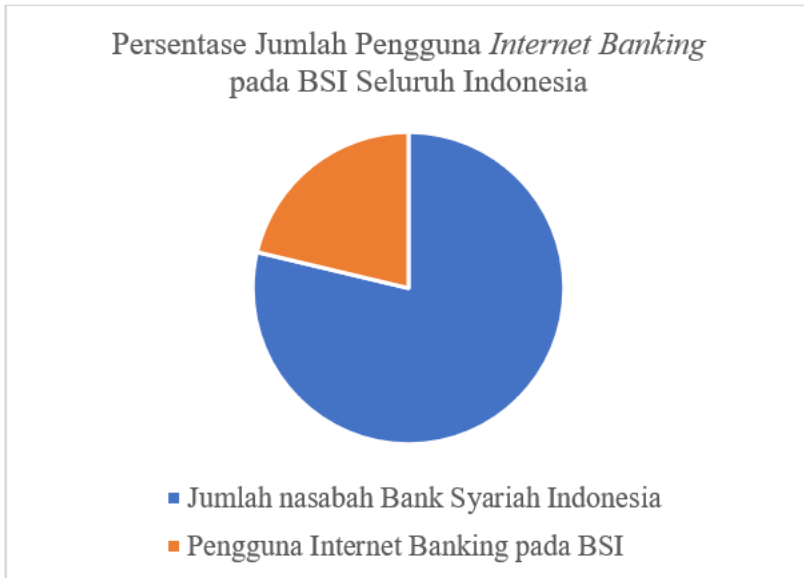
PT Bank Syariah Indonesia Tbk memiliki nasabah sebanyak 17,78 juta nasabah. Dengan total jumlah nasabah BSI yang menggunakan *internet banking* sebanyak 4,81 juta atau naik sebesar 39% pada tahun 2023. Hal tersebut dapat dilihat pada diagram berikut.⁹

⁷ Abdul Waheed Siyal and others, 'Predicting Mobile Banking Acceptance and Loyalty in Chinese Bank Customers', *SAGE Open*, 9.2 (2019) <<https://doi.org/10.1177/2158244019844084>>.

⁸ Fernanda Idham Kholid and Embun Duriyani Soemarso, 'ANALISIS PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN NASABAH DAN KEBERMANFAATAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA PT BANK BNI SYARIAH KCP MAGELANG', *Jurnal Sains Ekonomidan Perbankan Syariah*, 8.2 (2018), 49–57.

⁹ <https://www.bankbsi.co.id>

Gambar 1. 1 Nasabah Pengguna *Internet Banking* pada BSI Seluruh Indonesia



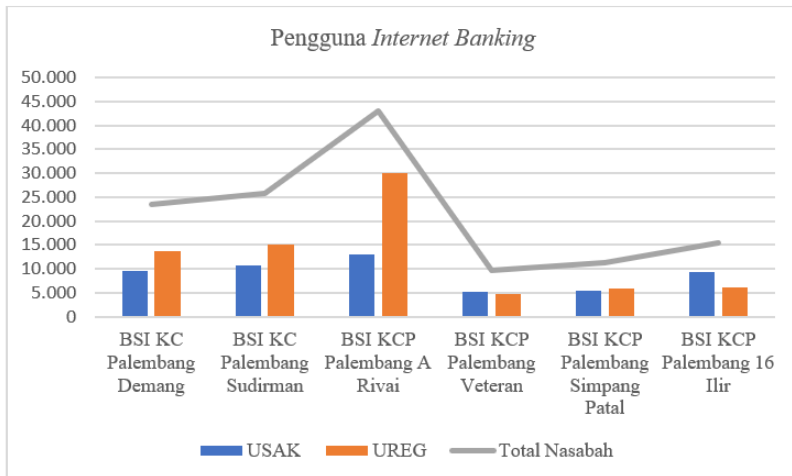
Sumber: data <https://www.bankbsi.co.id>

Terlihat pada gambar 1.1 pengguna *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebanyak 18% dari total jumlah nasabah diseluruh Indonesia. Hal tersebut terlihat bahwa masih kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa faktor yaitu, kurangnya literasi terhadap fitur-fitur *internet banking*, kurangnya kemudahan dalam menggunakannya, kurangnya manfaat yang didapat, dan kurangnya kepercayaan terhadap *internet banking*.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pra riset terlebih dahulu ke beberapa Bank Syariah Indonesia yang ada di Kota Palembang sebagai menjadi data perbandingan dan penunjang peneliti sebelum objek penelitian ditentukan. Adapun data yang di dapat oleh peneliti terkait pengguna aktif dan pengguna tidak aktif pada *internet*

banking di Bank Syariah Indonesia yang ada di kota Palembang sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia di Wilayah Kota Palembang



Sumber: data dari beberapa BSI yang ada dikota Palembang

Keterangan:

User = Pengguna (Nasabah yang menggunakan *internet banking*)

USAK = Pengguna Aktif *Internet Banking*

UREG = Pengguna Tidak Aktif *Internet Banking*

Pada gambar 1.2 tersebut menggambarkan bahwa pengguna *internet banking* aktif pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai lebih rendah dibandingkan BSI KCP Palembang 16 Ilir yang lebih banyak pengguna aktif dalam menggunakan *internet banking*. Dilihat pada grafik di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai pengguna aktif pada *internet banking* juga jumlah nasabahnya lebih sedikit dibandingkan dengan pengguna tidak aktif pada *internet banking*. Jumlah data awal nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai sebanyak 43.156 nasabah, persentase total *user* aktif pengguna *internet banking*

dari jumlah nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai yaitu sebesar 30,24%, sedangkan persentase *user* tidak aktif pengguna *internet banking* dari jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai yaitu sebesar 69,76%. Selisih perbandingan *user* aktif dan *user* tidak aktif pengguna *internet banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai yaitu sebesar 39,52%.

Dari hasil data yang di dapat dari beberapa Bank Syariah Indonesia sebagai perbandingan, memang Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A. Rivai pada grafik UREGnya terlihat lebih tinggi dibandingkan Bank Syariah Indonesia cabang lainnya. Oleh karena itu, hasil wawancara peneliti dengan *customer service* Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A. Rivai bahwa kenapa UREG pada Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A. Rivai lebih tinggi dibandingkan dengan USAKnya. Penyebabnya adalah pada dasarnya karena jumlah nasabah serta cif nasabah paling banyak didominasi oleh tabungan anak-anak yang dimana cif nasabah anak-anak sudah tidak aktif lagi. Oleh sebab itu, nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai ini masih banyak belum minat dalam menggunakan *internet banking*.

Dengan melihatnya data perbandingan tersebut bahwa permasalahan yang ada pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai ini menjadi salah satu kurangnya minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Walaupun di era digitalisasi ini menggunakan *internet banking*, akan tetapi masih sangat minim yang menggunakan *internet banking* pada perbankan syariah, khususnya pada Bank Syariah Indonesia. Karena nasabah lebih memilih menggunakan alat transaksi lainnya seperti dana, ovo, gopay dan lain-lain dibandingkan menggunakan jasa perbankan Syariah.

Selain hal tersebut peneliti juga mendapatkan data jumlah nasabah tabungan yang terintegrasi *internet banking*

pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Hal tersebut pada grafik sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Nasabah Tabungan yang Terintegrasi *Internet Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai Periode 2018-2022



Sumber: data diolah dari Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai

Pada gambar 1.3 tersebut menggambarkan bahwa jumlah data jumlah nasabah tabungan di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Dalam perkembangan jumlah nasabah tabungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai ini terjadinya fluktuatif dari tahun ke tahun. Dapat dilihat pada gambar 1.3 diatas nasabah yang terintegritas *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia menunjukkan bahwa nasabah telah menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Palembang akan tetapi nasabah masih banyak yang belum minat menggunakan *internet banking*. Oleh sebab itu, banyak faktor nasabah belum minat menggunakannya salah satu nya kurangnya pemahaman nasabah dalam menggunakannya, kurangnya manfaat serta kurangnya kepercayaan nasabah dalam menggunakannya.

Sehingga hal tersebut menjadikan pengguna aktif *internet bankingnya* lebih rendah.

Penelitian ini juga dilakukan dengan mewawancarai para nasabah mengenai penggunaan *internet banking* pada bank syariah. Berikut hasil wawancara terhadap beberapa nasabah. Pada subjek pertama berinsial PTA, “Saya sebagai pengguna *internet banking* di Bank Syariah Indonesia merasakan kemudahan dalam bertransaksi, akan tetapi disamping kemudahan tersebut sering juga mengalami server error pada saat transaksi pertransferan sehingga kerjaan yang ingin cepat menjadi terhambat”. Subjek Kedua NAF, “Saya sering menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia, akan tetapi pada mesin ATM Bank Syariah Indonesia belum menyediakan sistem setoran tunai secara mandiri melalui mesin ATM.” Subjek yang ketiga RAP “Sebelumnya saya selalu menggunakan *internet banking*, akan tetapi dengan adanya kemudahan *internet banking* tersebut membuat saya kurang mengontrol diri, akibatnya saya terlalu boros dalam penggunaannya.” (02 Maret 2023).

Minat untuk menggunakan *internet banking* sangat berkaitan dengan sikap pengguna. Seseorang akan tertarik untuk mengakses *internet banking* jika mereka merasakan suka dan kenyamanan apa yang dilakukan. Selain hal tersebut minat seseorang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, manfaat serta kepercayaan. Sikap seseorang terhadap produk yang digunakannya bisa berpengaruh terhadap *behavior intention to use*. Dengan menggunakannya teknologi yang ada serta merasakan kemudahan, manfaat dan kepercayaan yang didapatkan maka dapat mempengaruhi persepsi (pandangan) yang baik pada layanan *internet banking* tersebut, menjadikan seseorang terus minat dalam menggunakannya.

Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan”. Hasil

penelitian menemukan bahwa secara parsial keempat variabel bebas berpengaruh terhadap minat. Sedangkan secara simultan semua variabel bebas berpengaruh terhadap minat secara bersama-sama. Adapun penelitian lain yang mendukung Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifuddin Zuhri yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Pengetahuan dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pada variabel manfaat tidak berpengaruh terhadap minat, dan sedangkan kedua variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap minat. Sedangkan hasil dari secara simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat. Sehingga berdasarkan penelitian terdahulu tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai”**.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Persepsi kemudahan merupakan pandangan seseorang pada jasa ataupun suatu benda yang harus ditetapkan pada setiap perusahaan, bertujuan untuk meningkatkan minat pada masyarakat untuk menggunakan *internet banking* yang fungsinya memudahkan pada nasabah menggunakannya. Kemudahan tersebut bisa berdampak langsung pada setiap perusahaan yang menggunakan layanan jasanya dengan *internet banking* yang ada pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A. Rivai.

Dengan melihat latar belakangnya masalah bahwa minat pada pengguna aktif *internet banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai agak berkurang, dibanding dengan pengguna tidak aktifnya. Hal tersebut adalah sebuah permasalahan yang akan diteliti. Apabila Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai tidak adanya kemudahan, kebermanfaatan, serta kepercayaan kepada

nasabah dalam menggunakan *internet banking* tersebut maka akan berdampak buruk bagi perusahaan, dan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pun menurun. Jika hal tersebut tidak sesuai dengan pandangan yang diharapkan oleh pihak nasabah maka nasabah tidak akan segan untuk berpindah ke jasa lembaga keuangan lainnya.

Oleh karena itu, dengan adanya identifikasi masalah maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.”

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, teori-teori, dan supaya penelitian bisa dilakukan secara lebih mendalam maka, tidak semua masalah yang telah diidentifikasi akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan adalah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi suatu kebutuhan nasabah dan menjadikan nasabah berminat dalam menggunakan *internet banking*. Karena sebuah kemudahan apalagi kepercayaan bagi nasabah dalam menggunakan *internet banking* tersebut adalah sebuah pencapaian terbaik bagi perusahaan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan yang akan diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai?
2. Apakah Kebermanfaatan berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai?

3. Apakah Kepercayaan berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai?
4. Apakah Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan judul yang ingin diteliti “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.” Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.
2. Untuk mengetahui pengaruh kebermanfaatan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* secara simultan pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.

F. Manfaat Penelitian

Adapun hasil yang diharapkan bisa memberikan manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca
Dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dan menjadi referensi tambahan mengenai pengaruh persepsi

kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai. Bagi peneliti selanjutnya bisa dijadikan hasil penelitian ini sebagai acuan atau landasan dalam penelitian selanjutnya yang sejenis dengan variabel yang lebih bervariasi.

2. Bagi Perbankan

Sebagai bahan evaluasi pada kinerja di bidang *internet banking* syariah pada Bank Syariah Indonesia dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* BSI untuk melakukan transaksi.

3. Bagi Akademik

Sebagai sarana untuk menambahkan ilmu bagi para pembaca dan bisa dijadikan mahasiswa sebagai sumber pengetahuan maupun kajian mengenai pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.

G. Kajian Terdahulu yang Relevan

Adapun penelitian sebelumnya yang menjadi sumber referensi pada saat mencari perbandingan dengan penelitian sebelumnya untuk menjadi inspirasi baru untuk penelitian sebelumnya. Untuk mencegah plagiarisme serta berfungsi untuk menemukan sumber pada penelitian yang baru dan masih berkaitan dengan penelitian sebelumnya. Pada hal ini peneliti memasukkan hasil dari penelitian yang berdasarkan dengan hasil penelitian sebelumnya. Hal tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan survey. Adapun kajian yang relevan terkait pada penelitian yang akan diteliti diantaranya:

1. Alifatu Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno dengan judul penelitian: "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya guna, Persepsi Kepercayaan,

dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank BRI Lamongan”.¹⁰

Persamaan: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Manfaat, dan Minat, metode yang digunakan, jumlah sampel, dan analisis data yang digunakan.

Perbedaan: Objek penelitian, BRI Lamongan dan *E-Money*.

Hasil: Penelitian ini merupakan penelitian survey yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui pengambilan data. Metode analisis digunakan adalah asumsi klasik, metode linier berganda, dan analisis koefisien determinasi. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t. Penelitian mengambil sampel 100 responden nasabah yang menggunakan e-money di Bank BRI Lamongan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan $Y = -0.621 + 0.331 X_1 + 0.250 X_2 + 0.277 X_3 + 0.169 X_4$. Persepsi kemudahan penggunaan (X_1) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi minat nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 6.539. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah PT. BRI Cabang Lamongan. Dari penelitian ini diperoleh nilai R Square sebesar 0.811, yang artinya seluruh variabel bebas yakni persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 81.1% terhadap variabel terkait yaitu minat nasabah, sedangkan 18.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

¹⁰ Alifatul Laily Romadloniyah and Dwi Hari Prayitno, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan’, *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3.3 (2018), 699 <<https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>>.

2. Sulfina, Yuliniar, dan Alfida Aziz (2021): “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)”¹¹

Persamaan: Persepsi Kemudahan, Manfaat, Minat, dan jumlah sampel.

Perbedaan: Objek penelitian, Shopee Pay, serta teknik yang digunakan pada penelitian terdahulu, *non-probability sampling* dan *purposive sampling* dan olah data menggunakan SmartPLS.

Hasil: Hasil dari pengujian diperoleh bahwa pada variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 0.507, variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 0.444 dan memperoleh nilai koefisien determinan sebesar 86,9%.

3. Ahmad Ulil Albab Al Umar & Saifudin Zuhri (2019): “Pengaruh Manfaat, Pengetahuan dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)”¹²

Persamaan: Pada variabel Manfaat dan Minat, metode penelitian yang digunakan dan teknik analisis data yang digunakan.

Perbedaan: Objek penelitian di Pasar Modal Syariah, Studi kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga, sampel yang digunakan *proportionate stratified random sampling*, menggunakan aplikasi SPSS 23.

Hasil: Hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa variabel Manfaat dengan hasil menunjukkan

¹¹ Sulfina Sulfina, Yuliniar Yuliniar, and Alfida Aziz, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)’, *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17.2 (2022), 105 <<https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>>.

¹² Ahmad Ulil Albab and Saifudin Zuhri, ‘Pengaruh Manfaat, Pengetahuan Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Study Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)’, *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2019), 129–38.

bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal Syariah, variabel pengetahuan menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal, dan variabel edukasi menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal Syariah. Variabel manfaat, pengetahuan dan edukasi secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal Syariah.

4. Dirwan (2022): “Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan.”¹³

Persamaan: Kemudahan dan Manfaat, jumlah sampel yang digunakan, aplikasi mengolah data SPSS 25, dan teknik analisis data yang digunakan.

Perbedaan: Objek penelitian PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi, *Mobile banking*, teknik sampling yang digunakan *purposive sampling*.

Hasil: Hasil penelitian menemukan bahwa kemudahan, manfaat dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi.

5. Trisna Aditya dan Luh Putu Mahyuni (2022): “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech*.”¹⁴

¹³ Dirwan, ‘Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dari Sisi Kemudahan, Manfaat Dan Kenyamanan’, *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5.1 (2022), 323–32.

¹⁴ Trisna Aditya and Luh Putu Mahyuni, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech’, *Forum Ekonomi*, 24.2 (2022), 245–58 <<https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>>.

Persamaan: Persepsi kemudahan, manfaat, minat dan metode yang digunakan.

Perbedaan: Literasi keuangan, keamanan, pengaruh sosial, *fintech*, teknik sampel yang digunakan *probability sampling*, teknik analisis data yang digunakan, dan aplikasi mengolah data *SmartPLS 3. 2. 9*.

Hasil: Hasil pengujian secara empiris menunjukkan minat generasi milenial untuk menggunakan *fintech* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial dan persepsi keamanan. Bukti lain menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki skor *path coefficient* yang tertinggi yang diikuti dengan persepsi kemudahan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa generasi milenial lebih mementingkan sistem keamanan *fintech* yang menjamin informasi pribadi mereka, juga aman ketika melakukan transaksi. Kemudian generasi milenial lebih suka melakukan sesuatu dengan praktis dan tidak memakan waktu, dalam hal ini bertransaksi menggunakan *fintech*. Penting bagi perusahaan *fintech* untuk memberikan jaminan keamanan sistem dan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *fintech*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah ada beberapa variabel yang berbeda dengan penambahan variabel dari penelitian terdahulu dan terdapat juga objek yang berbeda, serta teknik pengambilan sampelnya juga berbeda. Alat tes dalam penelitian ini menggunakan *software* aplikasi SPSS 25. Dengan menyebarkan kuesioner menggunakan via *google form* untuk memudahkan responden.

H. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori dan Pengujian Hipotesis

Berisi tentang teori yang digunakan mengenai teori *Internet Banking*, Persepsi Kemudahan, Kebermnfaatan, Kepercayaan, Minat, dan Pengujian Hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

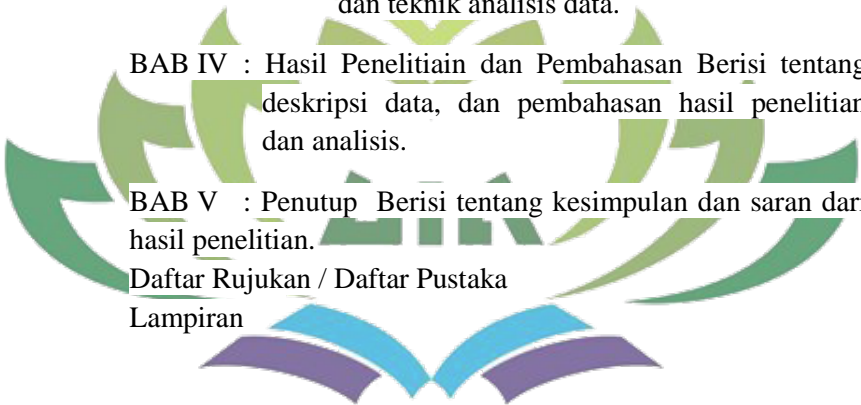
Berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitiain dan Pembahasan Berisi tentang deskripsi data, dan pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V : Penutup Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Daftar Rujukan / Daftar Pustaka

Lampiran



BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Perilaku Konsumen

Grand Theory yang digunakan didalam penelitian ini merupakan Teori Perilaku Konsumen, Menurut Kolter (2012), teori perilaku konsumen merupakan sebuah pelajaran tentang bagaimana individu, kelompok, ataupun organisasi memberi, memilih, serta menggunakan barang, jasa, ide dan pengalaman untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen.¹⁵ Sedangkan, menurut Nugroho (2010), mengatakan bahwa untuk mengenali para konsumen bukanlah hal yang mudah, konsumen tidak selalu terus terang untuk menyatakan kebutuhan serta keinginannya, jika konsumen sering bertindak dengan sebaliknya. Konsumen lebih sering berubah pikiran, dan akan memutuskan untuk melakukan pembelian pada menit-menit terakhir. Jadi para pemasar perlu untuk mempelajari keinginan, persepsi, prefensi, serta perilaku konsumen dalam berbelanja.¹⁶

Menurut Schiffman & Kanuk (2007) mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi yang merupakan proses-proses yang terjadi pada saat individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan serta menghentikan pemakaian pada suatu produk atau jasa dalam rangka memuaskan keinginan. Sedangkan menurut Sheth & Mittal (2004) mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah aktivitas fisik serta mental yang dilakukan oleh konsumen rumah tangga dan oleh konsumen bisnis yang menghasilkan sebuah keputusan untuk membayar, membeli serta menggunakan sebuah produk atau jasa tertentu.

¹⁵ Philip, Kolter dan Kevin Lane Keller (2012). *Manajemen Pemasaran Bab Sabran Jilid 1 edisi 1*, (Jakarta: Erlangga), hlm. 166.

¹⁶ Setiadi, N. J (2010). *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), hlm. 1.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan bahwa perilaku konsumen pada dasarnya adalah aktivitas fisik ataupun mental dengan para konsumen bisnis ataupun konsumen akhir yaitu meliputi aktivitas untuk mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghentikan pembelian pada sebuah produk, jasa, ide atau pengalaman tertentu.¹⁷ Menurut Suharno dan Sutarso (2014), adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah faktor psikologis, yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi adalah sebuah dorongan yang ada pada dalam diri seseorang untuk melakukan atau tidak ingin melakukan sesuatu.
2. Persepsi adalah seseorang memilih, mengatur atau menginterpretasikan sebuah informasi untuk menggambarkan sesuatu yang berarti.
3. Pembelajaran merupakan sebuah perubahan perilaku seseorang yang dilatarbelakangi oleh pengalaman. Terjadinya pembelajaran melalui interaksi, rangsangan, respon, serta penguatan.
4. Keyakinan dan sikap merupakan sebuah rancangan atau aturan yang ada di organisasi dengan melalui pengetahuan serta kemudian dipegang oleh individu sebagai kebenaran dalam kehidupan.¹⁸

Teori Perilaku Konsumen sangat erat kaitannya dengan sebuah masalah keputusan yang diambil individu dalam keputusan ataupun penentuan dalam mendapatkan serta menggunakan barang maupun jasa. Nasabah juga memiliki pertimbangan dalam mengambil keputusan ataupun dalam menggunakan produk atau jasa. Oleh sebab itu adapun kaitannya dengan penelitian ini, dengan melihatnya nasabah dalam menggunakan sebuah produk yaitu layanan *internet banking*, didalam penelitian ini juga melihat persepsi dari

¹⁷ Razak, M. (2016). *Perilaku konsumen, Cetakan 1*, (Makassar: Alauddin University Press), hlm. 4.

¹⁸ Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan*. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), hlm. 38.

nasabah dalam menggunakan sebuah produk, berbagai macam pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan dalam penggunaan *internet banking*, dalam faktor psikologis teori perilaku konsumen tersebut terdapat persepsi dalam menggunakan produk.

B. *Theory of Acceptance Model*

Theory of Acceptance Model dikemukakan oleh Davis (1986), adalah sebuah salah satu model yang digunakan didalam penelitian teknologi informasi, pemasaran, serta organisasi industri. *Thecnology of Acceptance Model* ini merupakan sebuah skala keinginan individu untuk menggunakan sebuah teknologi (*usage intention*) dan perilaku (*behavior*). Davis pada tahun 1989 kembali mengemukakan *Thecnology of Acceptance Model* sebagai penambahan variabel dalam menjelaskan perilaku konsumen, yang didasarkan pada teori psikologi sosial dan *Theory of Reasoned Action* (TRA).¹⁹

Model *Theory of Acceptance Model* adanya dua faktor yang memperlihatkan sikap terhadap perilaku individu yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi kegunaan dapat mempengaruhi minat perilaku individu dan perilaku individu dalam menggunakan sebuah teknologi. Melainkan, persepsi kemudahan tersebut bisa mempengaruhi persepsi kegunaan. Minat perilaku seseorang juga di pengaruhi oleh sikap terhadap perilaku. Jadi, minat seseorang tersebut dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap terhadap perilaku.²⁰ Adapun hubungan antara *Theory of Acceptance Model* oleh

¹⁹ Ramdhani, N. (2009). *Model Perilaku Penggunaan Tik "Nr2007" Pengembangan Dari Technology Acceptance Model (Tam)*. Buletin Psikologi, 17(1).

²⁰ Sulistiyarini, S. (2012). *Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: model kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 1(2), hlm. 3.

Davis pada variabel penelitian ini, adanya lima konstruksi yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan persepsi (*Perception*).
2. Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*).
3. Minat perilaku dalam menggunakan teknologi (*Behavioral Intention to Use*).
4. Penggunaan informasi teknologi (*Actual Technology Use*).
5. Sikap terhadap perilaku atau sikap dalam menggunakan teknologi (*Attitude Towards Behavior*).

Theory of Acceptance Model berasumsi bahwa seseorang mengambil suatu teknologi pada umumnya melalui proses kognitif dengan tujuan untuk memaksimalkan terhadap kegunaan teknologi tersebut. Hubungan *Theory of Acceptance Model* dengan penelitian ini adanya hubungan erat terhadap variabel penelitian ini, bahwa *Theory of Acceptance Model* tersebut bisa menjelaskan keperilakuan pengguna bahwa pengguna beralasan dalam melihat persepsi kemudahan, kebermanfaat, dan kepercayaan dengan menimbulkan sebuah tindakan pengguna dapat menerima penggunaan, sehingga bisa menjelaskan kepada pengguna dalam menggunakan sebuah sistem termasuk *internet banking*.

C. *Theory of Reasoned Action*

Theory of Reasoned Action pertama kali dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Teori ini menerangkan hubungan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*), dan perilaku (*behavior*). Teori ini mengemukakan bahwa perilaku akan dipengaruhi oleh niat, sedangkan sikap serta norma subyektif akan mempengaruhi niat. Keyakinan akan dipengaruhi oleh sikap yang berasal dari hasil tindakan yang dilakukan pada masalah, sedangkan norma subyektif akan dipengaruhi apabila keyakinan yang bersumber dari pendapat oranglain serta memotivasi dalam mematuhi pendapat tersebut. Dapat disimpulkan bahwa teori ini sebagai hal positif dengan perbuatan yang akan dilakukan oleh

seseorang serta dapat mempercayai bahwa oranglain juga menginginkan apa yang seseorang itu lakukan juga.²¹

Theory of Reasoned Action menyarankan bahwa niat perilaku merupakan sebuah fungsi dari sikapnya terhadap perilakunya, dengan bagaimana seseorang berpikir bahwa oranglain akan menilainya apabila seseorang tersebut melakukan perilaku tersebut. Perilaku bertujuan yaitu dengan kekuatan seseorang untuk melakukan tindakan yang telah ditentukan. Tujuan sikap seseorang terhadap sebuah perilaku tersebut bisa dijelaskan sebagai perasaan antara positif dan negatif pada seseorang terhadap pada pencapaian sebuah perilaku, sedangkan norma subyektif menjelaskan sebagai pandangan seseorang dengan melihat banyaknya orang yang dianggap penting baginya, dengan harus atau tidak harus melakukan sebuah perilaku. Relevansi *Theory of Reasoned Action* dengan penelitian ini yaitu bahwa variabel Minat (Y) untuk menentukan sebuah perilaku seseorang dalam menggunakan layanan *internet banking*.

D. Persepsi Kemudahan

1. Pengertian Persepsi Kemudahan

Menurut Davis (1989) mengemukakan *perceived ease of use* sebagai keyakinan dalam kemudahan penggunaan, yaitu tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi ataupun sistem bisa digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Kekuatan penggunaan serta hubungan antar pengguna dengan sistem juga bisa menunjukkan penggunaan.²² Sedangkan menurut Wahyuningtyas dan Widiastuti (2015) mendefinisikan bahwa persepsi kemudahan (*perceived easy of use*) merupakan bagaimana seseorang yakin serta percaya

²¹ Nelafan, W., & Sulistiyanti, U. (2022). Analisis determinan pilihan berkarir mahasiswa akuntansi di bidang perpajakan. In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*. hlm. 135.

²² Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS quarterly, hlm. 319-340.

bahwa menggunakan teknologi bisa terlepas dari kesulitan usaha.²³

Menurut Venkatesh dan Morris (2003), mendefinisikan bahwa persepsi kemudahan adalah sebagai tingkatan keyakinan seseorang bahwa menggunakan sebuah teknologi akan terbebas dari usaha. Hal tersebut mengilustrasikan bahwa seseorang akan lebih senang untuk berinteraksi dengan teknologi baru apabila mereka berpandangan bahwa usaha kognitif mereka relative kecil. Persepsi kemudahan adalah proses pengharapan (*expectancy*) dan persepsi kemanfaatan adalah sebuah hasil dari pengharapan (*expectancy*).²⁴ Sedangkan menurut Nursiah (2018) mengemukakan pendapat bahwa persepsi kemudahan adalah sebagai *the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*. Yang artinya yaitu tingkat kepercayaan seseorang dalam penggunaan sistem informasi adalah sebuah hal yang mudah serta tidak diperlukannya usaha keras dalam pemakaiannya. Kemudahan tersebut akan mengurangi tenaga, pikiran, serta menghemat waktu yang digunakan dalam mempelajari serta menggunakan sistem informasi. Pekerjaan akan lebih cepat dikerjakan apabila menggunakan sistem informasi, dibandingkan pekerjaan yang tidak menggunakan sistem informasi.²⁵

Menurut Arief Wibowo (2008) menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan terhadap

²³ Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). *Analisis pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara online: Studi kasus pada konsumen barang fashion di facebook*. Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, 23(2), hlm. 113.

²⁴ Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS quarterly*, hlm. 425-478.

²⁵ Nursiah, N. (2018). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap behavior intention to use*. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 3(2), hlm. 41.

sebuah teknologi bisa dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Bisa dikatakan bahwa kemudahan penggunaan bisa mengurangi usaha seseorang baik waktu ataupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena seseorang yakin bahwa sistem teknologi dapat dipahami dengan mudah.²⁶ Jogiyanto (2007) mendefinisikan bahwa “sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi bebas dari usaha.” Yang dimaksud usaha adalah terbebasnya dari kesulitan (usaha untuk mengerti dan mempelajari) dalam menggunakan teknologi. Ciri utama *ease of use* adalah kemudahan dalam layanan *internet banking* agar nasabah penggunanya mengerti serta kemudahan dalam menggunakan layanannya. Oleh karena itu apabila sebuah layanan dalam hal *internet banking* bisa digunakan dengan mudah oleh penggunanya, maka otomatis produk layanan tersebut bisa juga memberikan manfaat bagi para pengguna. Apabila seseorang telah merasakan manfaat dari layanan tersebut, maka akan bertambah besar juga dorongan seseorang untuk menggunakan layanan tersebut secara terus menerus.²⁷

Persepsi kemudahan berarti suatu *internet banking* dibuat untuk mempermudah penggunanya. Dengan adanya teknologi dan informasi yang mudah, aman, cepat, dan canggih tidak menutup kemungkinan bahwa para generasi milenial akan menggunakan layanan *internet banking*. Seseorang terhadap persepsi kemudahan pada layanan *internet banking* yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi, tanpa mengalami kesulitan dan tidak memerlukan usaha yang besar dengan harus keluar rumah, hal tersebut adalah sebuah kepercayaan

²⁶ Wibowo, A. (2008). *Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM)*. Konferensi Nasional Sistem Informasi, hlm. 2.

²⁷ Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.

seseorang terhadap persepsi kemudahan yang ada pada layanan *internet banking*. Dan menjadi kemungkinan besar seseorang akan menggunakannya secara berkelanjutan.

2. Indikator Persepsi Kemudahan Pada *Internet Banking*

Menurut Davis (1989), variabel persepsi kemudahan diukur dengan beberapa indicator, yaitu sebagai berikut:

- a. Mudah di pelajari (*easy to use*). Dalam hal ini *internet banking* merupakan sebuah teknologi yang bisa dengan mudah digunakan untuk melakukan transaksi tanpa perlu adanya usaha lebih. Jadi, dengan adanya kemudahan ini dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*.
- b. Dapat dikendalikan dengan mudah (*controllable*). Penggunaan teknologi pada *internet banking* bisa dikendalikan dan jarang terjadinya kesalahan dalam menggunakannya.
- c. Jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*). Dalam hal ini *internet banking* mempunyai sistem pelayanan pada jasa yang jelas serta bisa dipahami tanpa harus berbelit-belit.
- d. Fleksibel digunakan (*flexible to use*). Bertransaksi dalam menggunakan *internet banking* ini dapat dilakukan selama 24 jam. Sehingga *internet banking* bisa digunakan dimanapun serta kapanpun.
- e. Cepat terampil menggunakannya (*easy to become skilfull*). Nasabah yang menggunakan *internet banking* dapat terhindar dari kesulitan serta kebingungan pada saat menggunakannya, sehingga para nasabah menjadi mahir dan terampil dalam menggunakannya.
- f. Mudah digunakan (*easy to use*). Pelayanan sistem yang ada di dalam *internet banking* lebih jelas, detail,

dan terperinci, sehingga bisa digunakan dengan mudah.²⁸

Dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam menggunakan *internet banking* akan mengurangi usaha baik waktu dan juga tenaga bagi seseorang yang sedang mempelajari teknologi. Komparasi kemudahan tersebut memberikan petunjuk bahwa seseorang yang menggunakan teknologi dalam dunia kerja akan lebih mudah dibandingkan dengan melakukannya secara manual. Teknologi mempercayakan kepada pengguna bahwa dalam menggunakannya sesuai dengan ciri dari kemudahan penggunaan.

3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Pada *Internet Banking*

Menurut Istiarni (2014) persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Faktor yang fokus pada teknologi tersebut, yang bercontoh pada pengalaman yang ada dan dilakukan oleh pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenisnya.
- b. Faktor reputasi teknologi yang didapat oleh pengguna, kemudahan teknologi apabila reputasi yang baik akan mendorong para pengguna.
- c. Faktor tersedianya mekanisme pendukung atau perkembangan yang mampu untuk meningkatkan kinerja terhadap penggunaannya.²⁹

²⁸ Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi di perpustakaan informasi perpustakaan*. Iqra: Jurnal Perpustakaan dan Informasi, 9(1), hlm. 7.

²⁹ Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). *Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia)*. Diponegoro Journal of Accounting, 3(2), hlm. 2.

E. Kebermanfaatan

1. Pengertian Kebermanfaatan

Menurut Davis mendefinisikan bahwa kebermanfaatan (*perceived usefulness*) adalah sebagai sesuatu persepsi subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan pada suatu sistem dengan contoh sistem pembayaran elektronik bisa meningkatkan kinerjanya.³⁰ Sedangkan menurut Wibowo (2008) berpendapat bahwa persepsi kebermanfaatan adalah sebuah patokan sebuah penggunaan teknologi meyakinkan akan mendatangkan manfaat bagi seseorang yang menggunakannya. Memprediksikan suatu perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi informasi tersebut, apabila seseorang meyakini bahwa sebuah teknologi informasi bisa memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dengan pencapaian prestasi kerjanya. Oleh sebab itu, sikap pengguna dalam menggunakan teknologi informasi dapat di pengaruhi oleh tingkat kebermanfaatan teknologi informasi.³¹

Menurut Rahmatsyah menerangkan bahwa kebermanfaatan adalah sebagai kemungkinan subyektif dari para pengguna yang menggunakan sebuah teknologi tertentu dengan bertujuan untuk bisa memiliki manfaat serta memudahkan seseorang dalam pekerjaannya. Mempermudah dalam kinerja bisa menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi bentuk ataupun tidak berbentuk, bagaikan hasil yang diperoleh akan lebih puas dibandingkan dengan tidak menggunakan teknologi baru

³⁰ Lai, P. C. (2017). *The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology*. JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management, 14, hlm. 21-38.

³¹ Wibowo, A. (2008). *Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan technology acceptance model (TAM)*. Konferensi Nasional Sistem Informasi, 9.

tersebut.³² Sedangkan menurut Dalcher dan Shine (2003) menjelaskan bahwa kebermanfaatan adalah suatu bentuk kepercayaan seseorang terhadap sebuah teknologi bahwa seseorang yang menggunakannya akan mampu meningkatkan kinerjanya.³³

Menurut Muyes dan Fidiana (2020) mendefinisikan bahwa kebermanfaatan dijadikan penelitian atas penggunaan teknologi informasi. Oleh sebab itu dikarenakan sebelum adanya penerapan teknologi informasi terlebih dahulu harus memastikan apakah pemakai atau pengguna teknologi akan menerima atau menolak. Jika pengguna menerima teknologi tersebut, maka hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna menganggap teknologi informasi tersebut berguna sehingga teknologi informasi tersebut berhasil di terapkan.³⁴ Dapat disimpulkan bahwa kebermanfaatan adalah sebuah kepercayaan seseorang terhadap teknologi yang akan digunakan serta apabila teknologi tersebut berguna bagi pengguna maka sistem berhubungan dengan produktifitas serta efektivitas dari penggunaan bertujuan untuk meningkatkan kinerja seseorang yang menggunakan teknologi tersebut.

³² Kurniawan, D. (2020). *Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat penggunaan ovo*. Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 1(4), hlm. 18.

³³ Dalcher, I., & Shine, J. (2003). *Extending the new technology acceptance model to measure the end user information systems satisfaction in a mandatory environment: A bank's treasury*. *Technology analysis & strategic management*, 15(4), hlm. 441-455.

³⁴ Sarroh, M., & Fidiana, F. (2020). *PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEMUDAHAN, DAN KEPUASAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI TERHADAP PENGGUNAAN E-FILING*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(3). hlm. 4.

2. Indikator Kebermanfaatan Pada *Internet Banking*

Menurut Davis (1989) adapun beberapa indikator mengenai kebermanfaatan pada *internet banking*, yaitu sebagai berikut:

- a. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), dalam hal ini penggunaan *internet banking* bisa melakukan pekerjaan lebih mudah serta bisa menghemat waktu.
- b. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*), penggunaan *internet banking* bisa meningkatkan produktifitas seseorang dengan adanya hal tersebut maka pekerjaan akan jauh lebih cepat terselesaikan.
- c. Meningkatkan produktifitas (*increase productivity*), dengan menggunakan sebuah sistem dalam melakukan transaksi *internet banking* bisa menjadikan waktu lebih berkualitas dan bermutu serta dapat meningkatkan produktifitas seseorang.
- d. Efektifitas (*effectiveness*), dalam *internet banking* keefektifitasan sistem teknologi memberikan kemudahan seseorang dalam menggunakannya dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai kemudian meminimalisir kegagalan pada saat menggunakannya.
- e. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*), para pengguna *internet banking* dalam melakukan transaksi bisa dengan mudah dilakukan karena *internet banking* menyediakan fasilitas yang memadai dan bisa di akses pada berbagai alat elektronik dan sudah banyak bekerja sama dengan *ecommerce* atau jasa pembayaran lainnya.
- f. Bermanfaat (*useful*), *internet banking* merupakan suatu sistem teknologi yang banyak memberikan kegunaan bagi penggunanya dalam memenuhi kebutuhannya.³⁵

³⁵ Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset. hlm. 152.

3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kebermanfaatan Pada *Internet Banking*

Menurut Chin dan Todd (1995), pada kebermanfaatan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pada *internet banking*, yaitu sebagai berikut:³⁶

- a. Kebermanfaatan, adanya beberapa dimensi pada faktor tersebut diantaranya yaitu menjadikan suatu pekerjaan menjadi lebih bermanfaat, mudah, dan bisa menjadi produktivitas. Dengan adanya dimensi pada faktor maka *internet banking* dimanfaatkan untuk mempermudah seseorang bertransaksi dalam menggunakannya.
- b. Efektivitas, adapun dimensi pada efektivitas yaitu mempertinggi efektivitas serta mengembangkan kinerja pada pekerjaan. Dengan adanya dimensi pada efektivitas tersebut maka manfaat *internet banking* dapat mempertinggi efektivitas serta produktifitas seseorang dalam melakukan aktivitasnya serta seseorang dapat mengembangkan kinerja melalui manfaat serta kegunaan dari *internet banking* tersebut.

4. Jenis – jenis Kebermanfaatan

Menurut Choliq (1995) adapun jenis-jenis pada kebermanfaatan yaitu dibagi menjadi dua kelompok:³⁷

- a. Manfaat yang berwujud (*tangible benefit*). Manfaat yang berwujud (*tangible benefit*) sering terlihat jelas dalam menguji ataupun dengan kata lain artinya sebagai keuntungan penghematan atau peningkatan dalam perusahaan yang bisa diukur secara kuantitatif

³⁶ Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). *On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of caution*. MIS quarterly, hlm. 237-246.

³⁷ Shinta, R. D., Astri, R., & Dini, S. (2018). *Nilai ekonomi data dan informasi penginderaan jauh sebagai wujud pelaksanaan visi keantariksaan di Indonesia*. In Prosiding Seminar Nasional 2017 Pusat Kajian Kebijakan Penerbangan dan Antariksa LAPAN. hlm. 123. LAPAN.

dalam bentuk suatu nilai uang, contohnya keuntungan dari keberadaan bagi pemilik perusahaan yang berada disekitar.

- b. Manfaat yang tidak terwujud (*intangible benefit*), yaitu sulit untuk memperkirakan, atau dapat diartikan yaitu suatu nilai uang tidak mungkin diukur atau disebut dengan keuntungan yang sulit, dengan contoh memberikan suatu informasi yang baik, atau bisa meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan seorang individu dan sulit untuk mengetahui keuntungan akhir dalam peningkatan probabilitas suatu perusahaan, adanya contoh lain yaitu keuntungan bagi pelayanan yang tidak baik kepada pelanggan. (*Intangible benefit*) suatu kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan berpengaruh pada nilai penjualan. Nilai penjualan akan menurun, apabila pelanggan tidak puas akan kualitas pelayanan yang diberikan.

F. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Menurut Tatik Suryani (2013) kepercayaan dapat didefinisikan pandangan nasabah bahwa teknologi internet banking aman untuk digunakan. Kepercayaan sangat penting dalam dunia *online banking* menyimpan informasi yang sensitif serta pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan juga khawatir akan akses pada file penting serta informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan diperlihatkan dari keyakinan nasabah untuk menerima risiko dalam memenuhi keinginannya. Oleh sebab itu, membangun kepercayaan yang tinggi pada nasabah merupakan suatu hal yang terpenting bagi terciptanya sebuah kepercayaan nasabah terhadap bank. Dengan tingkat suatu kepercayaan nasabah terhadap bank

maka akan mudah bisnis perbankan dijalankan.³⁸ Sedangkan menurut Yaufi dan Diana (2016) mendefinisikan bahwa kepercayaan adalah sebagai kemauan seseorang untuk bertopang pada bisnisnya, disebabkan bisnis tersebut dianggap mempunyai kredibilitas serta integritas.³⁹

Menurut McKnight, Kacmar, dan Choudhury (2002), mengemukakan bahwa perilaku ekonomi di era Revolusi Industri 4.0, untuk menganalisis kepercayaan terdapat dua dimensi yaitu membangun *trust* diantaranya *trust believe* dan *trust intention*. *Trust believe* merupakan ciri seseorang yang menguntungkan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan pada sebuah kelompok lain dalam hal tersebut bahwa pelanggan atau pihak yang percaya terhadap *internet banking* dengan adanya ciri yang diciptakan maka pembeli akan percaya akan keberadaannya. Sedangkan *trust intention* merupakan kesiapan pelanggan yang bergantung pada penyedia barang dengan siap menanggung risiko serta hal-hal yang memiliki dampak negatif yang akan terjadi atau biasa disebut dengan *willingness to depend*.⁴⁰ Sedangkan menurut Esa Nuraeni dan Bambang Somantri (2021) mendefinisikan bahwa kepercayaan adalah menjadi hal terpenting dalam penggunaan *internet banking* sebagai alat untuk bertransaksi yang digunakan. Kepercayaan ini mempunyai arti kebijakan pihak sebagai penyedia layanan *internet banking* untuk menjamin kerahasiaan serta

³⁸ Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hlm. 93.

³⁹ Andriyano, Y., & Rahmawati, D. (2016). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan rekening ponsel (studi kasus pada nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi, 4(2). hlm. 5.

⁴⁰ Rossa, A. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek*. In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3). hlm. 4.

keamanan alat yang digunakan pelanggan untuk membentuk kepercayaan pelanggan.⁴¹

Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah sebuah bentuk rasa seseorang untuk meyakini terhadap suatu yang menjadi keputusannya dalam memilih dan menggunakannya. Kepercayaan seseorang adalah suatu pencapaian untuk kinerja atau layanan *internet banking* menjadi lebih banyak peminatnya dalam menggunakannya serta kepercayaan dapat membentuk seseorang menggunakan *internet banking* secara berkelanjutan atau terus menerus. Semakin banyak seseorang percaya terhadap *internet banking* maka semakin baik kinerja perusahaan tersebut, dan sebaliknya apabila seseorang tidak percaya terhadap *internet banking* maka kinerja perusahaan tersebut akan menurun.

2. Indikator Kepercayaan Pada *Internet Banking*

Menurut Mayer et al (1995) adapun beberapa indikator kepercayaan pelanggan adalah sebagai berikut:⁴²

- a. Kompetensi (*competence*), adalah pihak bank memberikan jaminan kepada nasabah agar merasa aman pada simpanan nasabah yang ada. Kemampuan dalam memecahkan masalah yang ada pada simpanan nasabah dengan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
- b. Kebijakan (*policy*), adalah kemampuan yang dimiliki oleh pihak bank untuk membentuk rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Keyakinan pihak bank yang mempunyai tujuan serta motivasi untuk menjadi kelebihan dari pihak bank tersebut.

⁴¹ Nuraeni, E., & Somantri, B. (2021). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet OVO di Masa Pandemi*. WINTER JOURNAL: IMWI STUDENT RESEARCH JOURNAL, 2(1), hlm. 21.

⁴² Putri, A. R., & Susanti, A. (2022). *Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee*. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 13(01), hlm. 23.

- c. Integritas (*integrity*), adalah hubungan yang baik antara nasabah dengan pihak bank. Dengan pandangan nasabah dan kepercayaan bahwa bank mengikuti prinsip seperti menepati janji, jujur, dan bersikap sesuai etika. Integritas bank bisa dilihat dari konsistensi perusahaan pada masa lalu, bagaimana komunikasi pihak bank pada nasabah selalui sesuai.

3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Menurut Lutfi (2011), mengemukakan bahawa adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan adala sebagai berikut:⁴³


- a. Pengalaman (*experienced*), pengalaman merupakan signifikan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, berhubungan dengan bisnis serta prestasi pada sebuah perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain sebagainya. Perusahaan akan memahami keinginan serta kebutuhan seseorang dengan melihat pengalaman yang banyak serta menarik dalam dunia perbankan.
- b. Kualitas Kerja, merupakan sebuah proses atas hasil kerja perusahaan yang bisa dinilai oleh Sebagian pelanggan atau kalangan masyarakat. Untuk menghasilkan kepercayaan pelanggan secara berkelanjutan maka peningkatan kualita kerja adalah menjadi hal yang terpenting.
- c. Kecerdasan, kompetensi sebuah perusahaan pada saat menangani permasalahan yang terjadi pada perusahaan. Kecerdasan juga bisa membangun sebuah kepercayaan, dikarenakan kredibilitas yang tinggi tanpa disadari adalah kecerdasan dalam menarik pelanggan namun tidak bisa meningkatkan sebuah kepercayaan pelanggan.

⁴³ Kasinem, K. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17(4), hlm. 332.

G. Minat

1. Pengertian Minat

Menurut Davis (1989) mendefinisikan minat merupakan suatu keinginan untuk melakukan perilaku, perilaku merupakan sebuah tindakan atau suatu keinginan yang ingin dilakukan. Dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) menerangkan bahwa perilaku dilakukan karena seseorang memiliki minat serta keinginan untuk menggunakannya (*behavior intention*).⁴⁴ Sedangkan menurut Abdul dan Muhib (2004) minat adalah perhatian atau suatu tindakan terhadap orang, kegiatan atau suasana sebagai objek dari minat serta dengan perasaan senang. Adapun batasan yang terkandung didalam minat bahwa ada pusat perhatian subjek, ada usaha dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, dan adanya daya tarik dari objek.⁴⁵



Menurut Yudrik (2011) mengemukakan bahwa minat adalah sebuah dorongan yang timbul karena terikatnya pandangan seseorang terhadap objek tertentu sebagaimana pekerjaan, pelajaran, benda, orang maupun teknologi. Sesuatu yang menguntungkan serta menimbulkan sebuah kepuasan bagi seseorang adalah sebuah hubungan dengan minat, yang bersifat sementara. Adapun minat yang bersifat tetap serta memiliki unsur memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan. Apabila minat sering diformulasikan didalam kegiatan maka minat akan semakin kuat, dan begitupun sebaliknya apabila minat tidak ada kesempatan untuk memformulasikannya maka minat akan menjadi pupus.⁴⁶ Sedangkan menurut Walgito mengemukakan bahwa minat

⁴⁴ Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS quarterly, hlm. 319-340.

⁴⁵ Rahman Shaleh, A., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana. hlm. 262.

⁴⁶ Jahja, Y. (2011). *Psikologi perkembangan*. Kencana. hlm. 63

ialah sejauh mana seseorang mempunyai daya tarik terhadap suatu objek serta memiliki keinginan untuk mengetahui serta mempelajari secara berkelanjutan. Rasa keinginan tersebut didorong dengan kesadaran yang tinggi karena untuk mencapai tujuannya adalah dengan keinginan yang kuat.⁴⁷

Dapat disimpulkan bahwa minat adalah sebuah keinginan seseorang untuk menginginkan sesuatu yang sesuai apa yang diharapkan. Dalam penelitian ini meneliti tentang perilaku nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai dalam menggunakan layanan *internet banking*. Dalam memilih, mengatur serta menginterpretasikan hal-hal yang terkait pada *internet banking*, nasabah akan bisa merasakan apabila mereka puas dengan tidaknya terhadap *internet banking* tersebut. Apabila nasabah puas, maka nasabah lebih memilih menggunakan layanan transaksi dengan sistem *internet banking* ini secara berulang dan berkelanjutan, dan begitupun sebaliknya. Oleh sebab itu, perilaku nasabah yang menggunakan *internet banking* tepat untuk meneliti tingkat penerimaan pada sistem *internet banking* dari diri nasabah.

2. Indikator Minat Pada *Internet Banking*

Menurut Nadia dan Harsini (2010) menerangkan bahwa ada beberapa indikator yang timbul pada minat menggunakan *internet banking* dapat di jelaskan sebagai berikut:⁴⁸

- a. Keinginan dalam menggunakan *internet banking*, adalah seseorang nasabah yang mempunyai keinginan

⁴⁷ Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). *Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology (fintech) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu*. Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah, 2(2). hlm. 207.

⁴⁸ Luwis, N., & Harsini, M. (2010). *Bisnis Busana Muslim*. Jakarta: Penebar Plus. hlm. 21

untuk terus menggunakan *internet banking* secara berkelanjutan dimasa yang akan datang.

- b. Kesesuaian penggunaan *internet banking*, dapat diperhatikan dari seseorang dalam menggunakan untuk bertransaksi apakah *internet banking* telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan nasabah dalam bertransaksi, apabila telah sesuai maka akan meningkatnya kepuasan nasabah dalam menggunakannya.
- c. Dukungan dalam menggunakan *internet banking*, adanya dukungan atau masukan dari orang-orang sekitar untuk menggunakan *internet banking* sebagai layanan untuk bertransaksi.
- d. Keinginan merekomendasikan *internet banking*, rekomendasi merupakan saran bagi nasabah yang telah menggunakan layanan *internet banking*, kemudian para pengguna menceritakan kepada orang lain untuk merekomendasikan layanan *internet banking* agar orang lain juga menggunakannya. Salah satu kepuasan seseorang juga adalah dengan merekomendasikan layanan *internet banking* ini kepada orang lain.

3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Pada *Internet Banking*

Menurut Crow and Crow menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada *internet banking*, yaitu sebagai berikut:⁴⁹

- a. Faktor internal, yaitu sebuah dorongan yang berasal dari dalam diri sendiri untuk bisa melakukan tindakan tertentu. Dorongan rasa keinginitahuan atau rasa ingin tahu akan menimbulkan rasa minat ingin

⁴⁹ Permadhi, D., & Dianpratiwi, T. (2021). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Petani Berusahatani Tebu (Studi Kasus: Wilayah Kerja Pabrik Gula Gempolkrep, PT Perkebunan Nusantara X)*. Indonesian Sugar Research Journal, 1(2), hlm 69.

menggunakan layanan bertransaksi dengan *internet banking*. Rasa penasaran dari dalam diri tersebut merupakan suatu faktor yang timbul.

- b. Faktor motif sosial, yaitu yang dimana timbulnya minat dari kalangan masyarakat. Dengan motif sosial bisa mendorong seseorang untuk berminat menggunakan jasa layanan *internet banking* dalam melakukan transaksi. Hal tersebut terjadi dengan adanya dorongan dari kalangan masyarakat maka akan timbul rasa minat tersebut.
- c. Faktor perasaan atau afektif, minat juga timbul dari sebuah perasaan. Maka apabila hilangnya perasaan seseorang terhadap ingin menggunakan barang atau jasa maka akan hilangnya pula minat seseorang dalam menggunakan hal tersebut. Dan sebaliknya apabila perasaan seseorang ingin menggunakan *internet banking* maka timbulnya rasa minat tersebut.

4. Jenis - jenis Minat

Minat memiliki dua jenis minat yaitu minat personal dan situasional. Penjelasan mengenai jenis minat yaitu sebagai berikut:

- a. *Personal interest*, *personal interest* atau perhatian individu merupakan sebuah sudut pandang yang bersifat abadi (tahan lama) dalam diri seseorang tersebut.⁵⁰ *Personal interest* juga terdiri dari persepsi, keluarga, motivasi, keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan gaya hidup. Sering bermain peran penting dalam mengambil keputusan terhadap konsumen, khususnya apabila ada keterlibatan yang tinggi serta risiko yang dirasakan atas produk atau jasa yang mempunyai fasilitas publik.

⁵⁰ Woolfolk, A. (2009). *Educational Psychology: Active Learning Edition*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Edisi kesepuluh. Cetakan pertama. hlm. 204.

- b. *Situasional interest*, merupakan sebuah sudut pandang dalam jangka pendek. Situasi minat disebabkan oleh lingkungan sekitar, seperti hal-hal baru, berbeda, tak terduga, serta hidup yang menghasilkan situasi minat.⁵¹

H. Internet Banking

1. Pengertian Internet Banking

Menurut *Center for Regulatory Research* (2003) mendefinisikan bahwa *internet banking* merupakan penggunaan terhadap internet dengan jalur pengiriman jarak jauh untuk layanan tradisional, bagaikan pembukaan rekening deposito, atau layanan pertransferan dengan rekening yang berbeda, seperti layanan baru di perbankan saat ini contohnya pembayaran tagihan dengan hanya nasabah menerima tagihan serta membayar tagihan dengan melalui internet banking itu tersebut.⁵² Sedangkan menurut Riswandi (2005) *internet banking* merupakan sebuah layanan yang inovatif yang dimiliki oleh pihak bank dengan menawarkan kepada pengguna untuk memungkinkan transaksi perbankan dengan melalui *smartphone*. Layanan *internet banking* merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh pihak bank dengan melalui alat komunikasi seperti *handphone*, dengan adanya fasilitas untuk bertransaksi melalui aplikasi contohnya *mobile banking*.⁵³

Internet banking merupakan sebuah layanan bertujuan untuk melakukan transaksi perbankan dengan melalui jaringan internet, hal tersebut sebagai kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai

⁵¹ Latipah, E. (2017). *Psikologi dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm. 163.

⁵² Wijanarto, A. L., & Wardani, D. (2022). *Peran Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA (Studi pada Nasabah Pengguna Fasilitas M-BCA di Kota Depok)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 6(1), hlm. 3.

⁵³ *Ibid.* hlm. 3.

alat untuk bertransaksi serta bisa mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik bank. Nasabah bisa bertransaksi dengan melalui komputer, *desktop*, *laptop*, *tablet*, dan *smartphone* yang telah terhubung dalam jaringan internet penghubung antara perangkat pihak bank dan nasabah.⁵⁴ Sedangkan menurut Bank Indonesia⁵⁵ *internet banking* adalah sebuah layanan jasa perbankan yang mengharuskan nasabah untuk mendapatkan informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan dengan melalui jaringan internet.

Internet banking merupakan sebagai penyedia informasi mengenai dunia perbankan. *Internet banking* menyediakan layanan yang dapat di akses oleh nasabah yaitu, pertransferan antar rekening yang berbeda dan bisa juga melakukan pembayaran serta mengajukan pinjaman melalui *internet banking*.⁵⁶ *Internet banking* memiliki tiga jenis kegiatan yaitu sebagai berikut:

- a. *Informational internet banking* merupakan suatu pelayanan perbankan yang bergerak di bidang jasa antara pihak bank dengan nasabah dalam bentuk sebuah informasi dengan melalui jaringan internet.
- b. *Communicative internet banking* adalah sebuah pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan pihak bank yang menyediakan layanan *internet banking* secara terbatas.
- c. *Transaction internet banking* adalah sebuah layanan jasa perbankan dengan pihak nasabah dengan cara melakukan interaksi dengan bank

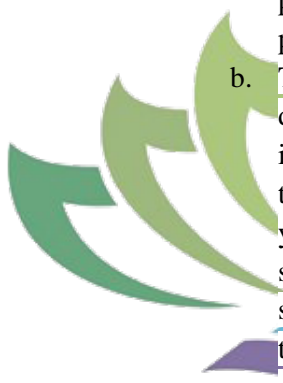
⁵⁴ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic Banking Mengatur Mengawasi Melindungi Untuk Industri Keuangan Yang Sehat*, (Jakarta: OJK, 2015), hlm. 10-11.

⁵⁵ Riswandi, B. A., *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 21.

⁵⁶ Mahmood Shah dan Steve Clarke, *E-Banking Management: Issue, Solutions and Strategies*, (London: IGI Global, 2009), hlm. 2.

yang menyediakan layanan *internet banking* serta melakukan eksekusi transaksi. Contohnya dengan melakukan pengecekan saldo, melakukan mutasi, pertransferan ke rekening yang berbeda ataupun bank yang berbeda, pembelian utilitas seperti pulsa, token listrik, telepon, internet, dan melakukan pembayaran tagihan seperti air, kredit, dan lain-lain.

Adapun *internet banking* memiliki tiga tingkatan definisi sesuai yang ditawarkan oleh pihak bank kepada nasabah, sebagai berikut:⁵⁷

- 
- a. Tingkat *entry* adalah tingkatan yang terdapat informasi statistik mengenai bank yang bersangkutan. Pihak bank menawarkan jasa serta produk dan juga layanan dasar seperti pembayaran pinjaman.
 - b. Tingkat *intermediate* adalah tingkatan yang ditawarkan oleh pihak bank yaitu layanan informasi keuangan seperti yang ditawarkan oleh tingkat *entry* dengan tambahan layanan interaktif yaitu antara lain, perhitungan pembayaran kredit serta kemampuan untuk menampilkan rincian simpanan nasabah atau memberikan informasi tentang simpanan melalui resi atau juga *gmail* mengenai transaksi.
 - c. Tingkat *advanced* adalah tingkat yang paling lengkap layanannya, pihak bank menawarkan layanan seluruh fungsionalitas serta keamanan. Pada tingkat ini nasabah bisa melakukan transfer antar bank, membayar tagihan serta membuka simpanan baru.

⁵⁷ Thomas P. Vertanian, Robert H. Ledig dan Lynn Bruneau, *21 Century Money, banking, and commerce*, (Washington: Fried, Frank, Harris, Shriver & Jacobson, 1998). hlm. 443.

2. Jenis *Internet Banking*

Adapun jenis-jenis yang dimiliki oleh *internet banking*, yaitu sebagai berikut:⁵⁸

- a. *Virtual Companies*, bank sebuah institusi yang memiliki cabang baik fisik maupun secara virtual yang tanpa perlu fasilitas ataupun alamat kantor perbankan secara fisik serta hanya melayani jasa perbankan dengan melalui internet saja.
- b. *Hybrid Model*, perbankan yang sebelumnya telah mapan serta kemudian menciptakan situs web atau melalui jaringan internet bertujuan sebagai layanan jasa pemasaran serta saluran distribusi tambahan dari layanan yang tradisional sebelumnya.
- c. *Strategic Partnership*, perbankan yang secara individual atau menciptakan pembiayaan antar dua bank atau lebih, menggunakan perusahaan perangkat lunak yang sering dipakai yaitu *microsoft*, untuk menciptakan sebuah aplikasi keuangan yang terintegrasi dengan sistem keuangan di perusahaan perbankan untuk melayani kebutuhan serta pengelolaan keuangan pribadi ataupun perusahaan.

I. Kerangka Berpikir

Nasabah adalah konsumen yang aktivitasnya membeli serta menggunakan sebuah produk atau sebuah jasa yang bersifat berkelanjutan. Nasabah akan memilih sebuah produk atau jasa yang bisa membuat dirinya nyaman dan sesuai dengan keinginan serta kebutuhannya apabila digunakan. Kemudahan (x_1) bisa diperhatikan dalam penggunaan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai dalam menarik minat (y) nasabah. Menjadikan perbankan tersebut mempunyai strategi dalam pemasaran yang selalu diperbarui agar nasabah merasakan kemudahan (x_1) serta bangga dalam menggunakan jasa dan

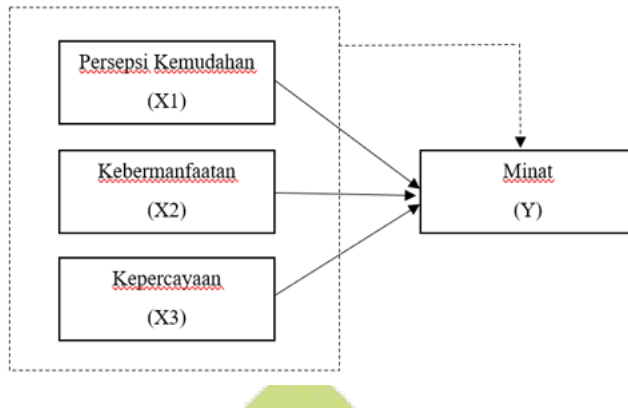
⁵⁸ Efraim Turban, *Information Technology for Management*. Edisi Ketujuh, (Asia: Jhon Willey dan Sons, 2010). hlm. 78.

produk pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai.

Kebermanfaatan (x_2) variabel ini juga berhubungan dengan minatnya (y) nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Dengan adanya manfaat dalam menggunakan *internet banking*, nasabah menjadi berminat untuk menggunakan layanan *internet banking* ini secara berkelanjutan. *Internet banking* tersebut memberikan manfaat kepada nasabah agar nasabah efektif dalam menggunakannya. Kepercayaan (x_3) adalah variabel yang juga berhubungan dengan minat (y), dengan adanya kepercayaan nasabah terhadap penggunaan *internet banking* maka minat orang lain juga ingin menggunakannya. Sebuah kepercayaan adalah hal yang terpenting yang harus ada pada sebuah lembaga perbankan agar nasabah percaya dan tidak khawatir akan lembaga keuangan yang mereka pilih. Kepercayaan adalah tonggak utama sebuah perusahaan agar terus dapat dipercaya oleh nasabah maka perbankan harus memberika kinerja serta kepercayaan yang baik, agar minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* secara terus menerus.

Mekanisme Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Mengunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai dengan studi kasus generasi milenial dapat dilihat dibawah ini telah dipaparkan kerangka berpikir dibawah ini. Adanya variabel minat untuk memperkuat pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Keterangan:

1. Variabel Independen
 X1 = Persepsi Kemudahan
 X2 = Kebermanfaatan
 X3 = Kepercayaan
2. Variabel Dependen
 Y = Minat

Keterangan:

- Pengujian Secara Parsial
- - - - - → Pengujian Secara Simultan

J. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah jawaban atau dugaan sementara yang ada pada permasalahan penelitian, dengan melalui data yang terkumpul, sehingga hipotesis bisa diterima atau ditolak.⁵⁹ Berdasarkan dengan kerangka berpikir yang dimana sebagai acuan didalam setiap penelitian. Dan berdasarkan juga dengan latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah serta kajian teori yang telah menjelaskan berdasarkan dengan judul penelitian. Maka adanya hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

⁵⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Sistem Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), hlm. 110

1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan menurut Davis (1989) merupakan suatu tingkat seseorang percaya menggunakan sistem teknologi serta terbebas dari kesalahan. Sehingga apabila seseorang menggunakannya dengan maka seseorang tersebut akan berguna dalam meningkatkan kinerjanya. Hubungan antar variabel persepsi kemudahan dengan minat menggunakan *internet banking*. Apabila suatu sistem terus terdapat kemudahan maka semakin tinggi minat seseorang ingin menggunakan *internet banking*. Dengan adanya *internet banking* dapat memudahkan seseorang dalam mengakses informasi.

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno (2018) bahwa hasil penelitian tersebut pada variabel persepsi kemudahan menunjukkan bahwa secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *e-money*.⁶⁰

Berdasarkan dengan teori yang telah dipaparkan serta didukung oleh penelitian sebelumnya, maka hipotesis⁶¹ yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁ : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

2. Kebermanfaatan

Menurut Davis (1989), mendefinisikan bahwa keyakinan terhadap kebermanfaatan, yaitu dimana

⁶⁰ Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3).

⁶¹ Aziizah, S. N., Zuliansyah, A., & Rosilawati, W. (2023). *Pengaruh Perceived Organizational Support (POS) dan Work Stress terhadap munculnya Perilaku Kontraproduktif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Karyawan PT. Gula Putih Mataram di Lampung Tengah)*. Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 5(1), 65-78.

pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan penilaian dalam kinerja.⁶² Variabel kebermanfaatan memiliki hubungan juga dengan variabel minat menggunakan *internet banking*. Dengan adanya manfaat yang didapat oleh seseorang terhadap penggunaan *internet banking* maka seseorang akan berminat dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Nesha dan Sekar (2022) pada hasil penelitian bahwa kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi. Tingkat persepsi kebermanfaatan akan mempengaruhi minat penggunaan layanan pembayaran digital.⁶³

Berdasarkan dengan teori yang telah dipaparkan serta didukung dengan penelitian sebelumnya, bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ : Kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

3. Kepercayaan

Menurut Kotler dan Keller (2012) mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan bersedianya perusahaan untuk mengendalikan mitra bisnis. Berdasarkan dengan faktor interpersonal dan interorganisasional seperti kapabilitas yang perusahaan rasakan yaitu, integritas, kejujuran serta kebajikan.⁶⁴

⁶² Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Peggunan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5(2), 127-135.

⁶³ Nenandha, N. (2022). *Pengaruh persepsi kebermanfaatan, kemudahan, dan risiko terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital pada mahasiswa akuntansi*. Jurnal Ekonomi Trisakti, 2(2), 611-676.

⁶⁴ Pambudi, T., & Soliha, E. (2022). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA BANK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH*

Berdasarkan teori tersebut dan didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Nina, I Nyoman, dan Made Arie (2018) menyebutkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-banking*.⁶⁵

Berdasarkan dengan teori yang digunakan serta hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

4. Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan dan Kepercayaan

Menurut penelitian Ruslinda Agustina, Rizki Amalia Afriana, dan Arisa Safrina (2018) pada penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Nasabah beranggapan bahwa persepsi kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *internet banking*.⁶⁶

Berdasarkan dengan teori yang telah dipaparkan serta didukung dengan penelitian yang sebelumnya, bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₄ : Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

BANK. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4(Spesial Issue 3), 1267-1287.

⁶⁵ Rizky, I. N., & Yasa, I. N. P. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 9(3).

⁶⁶ Ruslinda Agustina, Rizki Amalia Afriana, and Arisa Safrina, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Pt Bank Bukopin Tbk Banjarmasin', *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.2 (2018), 255-68.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Palembang A Rivai yang berlokasi di Ruko Taman Mandiri, Blok A, Jalan Kapten A Rivai No. 1-2, Sungai Pangeran, Kecamatan Ilir Timur I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30127. Dapat diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai ini berdiri di daerah jantungnya kota Palembang yang dimana daerah tersebut merupakan daerah sentra perbankan dan pemerintahan. Lokasi Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai ini berdekatan dengan kantor gubernur Provinsi Sumatera Selatan.

Sebelum mergernya ketiga bank yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah, dapat diketahui bahwa sebelum berdirinya Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai tersebut adalah BRI Syariah yang dimana merupakan anak perusahaan dari BRI Konvensional. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti mulai dari tanggal 01 Agustus 2023 sampai dengan 25 Agustus 2023.

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif⁶⁷ atau biasa disebut dengan metode tradisional. Metode ini telah memenuhi unsur ilmiah yaitu konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional, sistematis dan dapat diulang. Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari responden. Metode kuantitatif merupakan metode konfirmatif karena metode ini perlu adanya pembuktian. Metode kuantitatif bisa diartikan

⁶⁷ Noviarita, H., Kurniyawati, A., Ningsih, N. W., & Rosilawati, W. (2021). *Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga dan Pelatihan Kewirausahaan Gender dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1192-1198.

sebagai metode yang berdasarkan pada filsafat yang berguna untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶⁸

2. Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif yang dimana dengan menggambarkan serta menguji hipotesis hubungan dua variabel atau lebih.⁶⁹ Jenis penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas yang terdiri dari, persepsi kemudahan (x_1), kebermanfaatan (x_2), dan kepercayaan (x_3) terhadap variabel dependen atau terikat yaitu minat (y) menggunakan *internet banking*.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, yang berupa objek, transaksi, atau kejadian yang dimana kita berminat untuk mempelajarinya dan menjadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai. Dengan data jumlah nasabah sebanyak 43.156 nasabah yang diambil pada tanggal 03 Maret 2023.

2. Sampel

Sampel adalah dari jumlah populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Apabila populasi besar dan peneliti tidak akan untuk mengobservasi semua yang ada pada populasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan *simple random sampling*.⁷⁰

⁶⁸ Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 3. (Bandung: Alfabeta). hlm. 23.

⁶⁹ *Ibid*. hlm. 20.

⁷⁰ Prof Dr Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ed. by Sofia Yustiyani Suryandari, 3rd edn (Bandung: Alfabeta, 2018).

Sedangkan menurut Arikunto (2013), apabila jumlah partisipan kurang dari 100 diambil semua orang, namun apabila jumlah partisipan lebih banyak diambil 10-20%. Menurut Tarjo (2019) sampel dalam penelitian ini menentukan dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:⁷¹

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang di perlukan

N = Jumlah populasi

E = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, sebanyak 10%.

Perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{43.156}{1 + 43.156 (0,1)^2} = 99,76 \approx 100$$

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara menyebar berupa kuesioner (angket)⁷² yang dimana data atau laporan tersebut di dapat dari para nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai. Kuesioner tersebut dapat berupa pertanyaan yang bersifat

⁷¹ Tarjo, *Metode Penelitian* (Sleman: Cv. Budi Utama, 2019).

⁷² Rahayu, S., Rosilawati, W., & Zuliansyah, A. (2023). *PENGARUH MODAL USAHA, LINGKUNGAN KELUARGA, KREATIVITAS DAN SELF EFFICACY TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM (Studi Pada Alumni Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017 dan 2018)*.

terbuka serta tertutup yang diberikan kepada responden dengan menyebarkan kuesioner berbentuk angket serta didukung dengan menggunakan *platform* yaitu *googleform* agar mempermudah responden menjawab.⁷³

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk melakukan penelitian diperlukan penentuan variabel penelitian. Bagi nasabah PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai, variabel bebasnya adalah persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan, sedangkan variabel terikatnya adalah minat nasabah.

1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan sangat berhubungan pada perusahaan yang menarik para nasabah untuk minat dalam menggunakan internet banking. Dengan adanya kemudahan tersebut nasabah akan puas dengan apa yang nasabah harapkan dan inginkan. Variabel persepsi kemudahan dapat diukur dengan skala persepsi kemudahan dengan menggunakan model skala likert berdasarkan dari indikator-indikator yang ada pada persepsi kemudahan yang dioperasikan oleh Davis (1989) yaitu: Mudah di pelajari, Dapat dikendalikan dengan mudah, Jelas dan dapat dimengerti, Fleksibel digunakan, Cepat terampil, dan Mudah digunakan.

2. Kebermanfaatan

Kebermanfaatan adalah suatu acuan dimana nasabah dapat mempercayai dimasa mendatang serta bermanfaat bagi orang banyak. Sehingga dalam kebermanfaatan maka terbentuknya suatu kepercayaan dalam pengambilan keputusan terhadap menggunakan. Minat seseorang dalam menggunakan tergantung dari manfaat yang diberikan oleh perusahaan sehingga mempermudah pengguna untuk menggunakannya. Variabel kebermanfaatan bisa diukur dengan skala kebermanfaatan dengan model skala *likert* yang

⁷³ *Ibid.* hlm. 220-229.

berdasarkan dari indikator-indikator kebermanfaatan yang berdasarkan oleh Davis (1989) yaitu: Mempercepat pekerjaan, Meningkatkan kinerja, Meningkatkan produktifitas, Efektifitas, Mempermudah pekerjaan, dan Bermanfaat.

3. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sebuah keinginan seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi yang dimana mempunyai rasa keyakinan pada penggunaannya. Kepercayaan pengguna sangat mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap keberlangsungan pada suatu perusahaan. Dikarenakan apabila suatu produk atau jasa pada sebuah perusahaan sudah tidak dipercayai lagi oleh para pengguna maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan dalam perkembangan didunia sistem teknologi. Variabel kepercayaan dapat diukur dengan indikator-indikator yang dioperasionalkan oleh Mayer (1995) yaitu yang terdiri dari: Kompetensi, Kebijakan, dan Integritas.

4. Minat

Minat adalah variabel independen⁷⁴ memiliki peranan yang penting dalam kehidupan seseorang dan memiliki dampak yang besar atas perilaku atau sikap. Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka harapkan jika seseorang tersebut bebas untuk memilih, jika seseorang tersebut melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan maka seseorang tersebut akan berminat. Dengan timbulnya minat tersebut maka mendatangkan kepuasan. Variabel minat dapat diukur dengan skala *likert* yang berdasarkan oleh indikator-indikator yang dioperasionalkan oleh Nadia dan Hasini (2010) yaitu

⁷⁴ Devi, Y., Saefurrohman, G. U., Rosilawati, W., Utamie, Z. R., & Nurhayati, N. (2022). *Analisis Penyebab Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Dalam Laporan Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019*. Jurnal Akuntansi dan Pajak, 22(2), 622-627.

sebagai berikut: Keinginan dalam menggunakan, Kesesuaian pengguna, Dukungan dalam menggunakan, dan Keinginan merekomendasikan.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini adanya teknik untuk menganalisis data dari para responden mengenai pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai dengan menerapkan analisis *product moment person* dan korelasi parsial untuk menganalisis antar tiga variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu minat. Untuk melihat apakah variabel bebas, persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan berkorelasi dengan baik atau tidak. Oleh sebab itu menggunakan uji asumsi untuk melihat variabel independen dan variabel dependen terdistribusi secara normal. Analisis pada penelitian ini akan menggunakan program SPSS 25.0 for windows.⁷⁵

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengukuran dapat dibilang memiliki validitas yang tinggi jika menghasilkan data yang akurat atau konkrit. Serta memberikan ilustrasi terhadap variabel yang diukur sesuai dengan tujuan penelitian. Validitas merupakan berhubungan dengan jumlah tes yang diukur apa yang dirancang untuk dinilai. Penentuan dan ketetapan sebagai alat ukur untuk mengukur suatu pengujian dalam keadaan penelitian ini. Validitas ini bertujuan untuk memperlihatkan kesesuaian dengan fitur yang diperiksa. Validitas penelitian ini dengan menggunakan validitas isi.

⁷⁵ Malay, N. M. (2015). *Belajar Mudah & Praktis (Analisis Data dengan SPSS dan JASP)*. Bandar Lampung: CV Madani Jaya.

Validitas isi ini bertujuan untuk melihat seberapa baik aitem-aitem dalam ukuran yang mencakup seluruh isi wilayah yang akan diukur oleh ukuran tersebut dengan syarat yang digunakan adalah agar suatu aitem bisa lolos uji validitas.⁷⁶

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang bisa menghasilkan data yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi bisa dikatakan sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Meskipun istilah reliabilitas memiliki macam-macam nama lain antara lain konsistensi, keterandalan, kepercayaan, kestabilan, ketetapan, dan lain-lain. Apabila gagasan utama yang ada dalam konsep reliabilitas merupakan sejauh mana hasil suatu proses pengukuran bisa dipercaya. Hasil sebuah pengukuran bisa dipercaya hanya jika dalam beberapa kali dilaksankannya pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama indikator yang diukur didalam subjek tidak berubah.⁷⁷

G. Uji Prasarat Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat menggunakan uji *kolmogorov smirnov* yang berarti membandingkan distribusi data yang akan diuji normalitasnya dengan distribusi normal baku. Jika signifikan diatas 0,10 maka memiliki arti tidak

⁷⁶ Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan Validitas*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar). hlm. 42.

⁷⁷ *Ibid.* hlm. 7.

terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baik.⁷⁸

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas ada hubungannya dengan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel independen dari model yang ada. Dengan adanya multikolinieritas ini koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Hal tersebut akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas ini bisa dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau nilai VIF kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁷⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan karena adanya gangguan (*error*) yang muncul dalam fungsi regresi yang memiliki varians yang tidak sama. Apabila probabilitasnya signifikan diatas tingkat kepercayaan 10% maka bisa disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka akan ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas.⁸⁰

d. Uji Linearitas

⁷⁸ Setiawan, I., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (Isr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating*. JWM (Jurnal Wawasan Manajemen), 6(2), hlm. 176.

⁷⁹ Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press), hlm. 226.

⁸⁰ Setiawan, I., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (Isr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating*. JWM (Jurnal Wawasan Manajemen), 6(2), hlm. 177.

Uji linearitas adalah digunakan untuk menentukan dua variabel atau lebih yang mempunyai hubungan linear atau tidak. Hasil data yang baik seharusnya memiliki hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat.⁸¹

Untuk melihat antar variabel terdapat hubungan maka apabila nilai *deviation from linearity* Sig > 0,10, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Dan begitupun sebaliknya apabila nilai *deviation from linearity* Sig < 0,10, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dan dependen.

2. Analisis Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah serta seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun bentuk persamaan analisis regresi linier berganda bisa dilihat sebagai berikut:⁸²

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

Keterangan:

Y = Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*

X1= Persepsi Kemudahan

X2= Kebermanfaatan

X3 = Kemudahan

α = Konstanta

$\beta_1, 2, 3$ = Koefisien Regresi

e = Variabel pengganggu (*distribution error*)

⁸¹ Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. (Bandung: Alfabeta).

⁸² Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Dipenogoro).

H. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t ini didalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikasinya $10\% = 0,10$. Asumsinya apabila probabilitas t lebih besar dari 10% maka tidak ada pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dan begitupun sebaliknya. Hipotesis diterima jika taraf signifikan (α) $> 0,10$ dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) $\leq 0,10$ dengan kriteria:

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 dan H_a diterima.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 dan H_a ditolak.

Atau:

a) Jika $p < 0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $p > 0,10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji F

Uji F statistik digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan dengan kriteria:

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau:

a) Jika $p < 0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika $p > 0,10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Uji koefisien determinasi mempunyai tujuan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka bisa dikatakan semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap nilai variabel terikat. Sedangkan apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka bisa dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸³



⁸³ Singgih Santoso. (2018). *Latihan SPSS Statistika Parametrik*, (Jakarta: Elekmedia Komputindo). hlm. 168.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Data

1. Gambaran Umum Perusahaan

- a. Sejarah PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai

Pada tahun 2018 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mempersiapkan peta jalan dalam pengembangan keuangan syariah khususnya pada Bank Syariah Indonesia. Lalu, pada tahun 2019 pihak OJK memajukan dunia perbankan khususnya pada bank syariah serta unit usaha syariah yang dimiliki oleh pemerintah untuk berkonsolidasi atau merger perbankan. Pada tanggal 02 Juli 2020 Menteri Badan Usaha Milik Negara Erick Thohir mengusulkan kepada bank syariah untuk digabung menjadi satu bank syariah. Dan pada 1 Februari 2021 Presiden Jokowi meresmikan hasil konsolidasi bank syariah dengan menetapkan nama perusahaan bank syariah menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) berharap agar membawa dampak positif bagi dunia perbankan khususnya pada perbankan syariah dan meningkatkan keuangan syariah di kancah internasional.

Sejarah singkat, sebelum berdirinya Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai tersebut adalah Bank Rakyat Indonesia Syariah yang dimana merupakan sebuah anak perusahaan dari BRI Konvensional. Pada tahun 2019 sebelum terjadinya merger ketiga bank yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah tersebut sudah ke pasar internasional yang menjual saham dengan resmi. Setelah itu BRI Syariah tersebut resmi menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dan berubah menjadi PT (Perseroan Terbatas) BRI Syariah Tbk. Dengan pasar sahamnya yang sudah go internasional saham pada BRI Syariah sudah resmi di Bursa Efek Indonesia. Pada tahun 2021 terjadinya ketiga

bank merger yang menjadi nama Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai ini juga merupakan salah satu Bank Syariah Indonesia KCP di Palembang yang berprestasi dan banyak penghargaan yang di dapat. Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai mendapatkan beberapa penghargaan diantaranya, juara 1 sebagai Nasional Sharing Transaksi TW 4 2023, juara 3 sebagai cabang terbaik program BOOMING kategori Champion 3 Periode Desember 2022.

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai

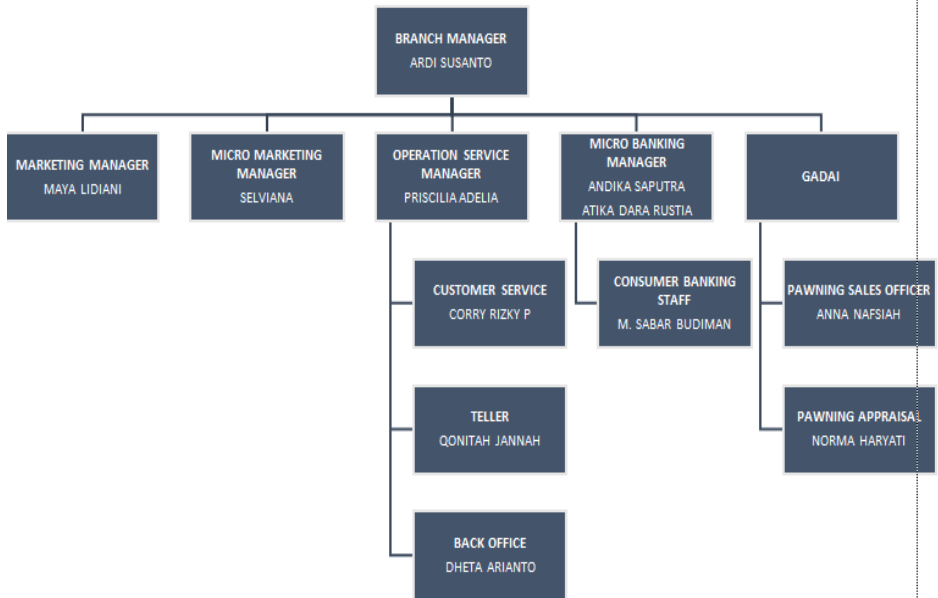
Visi:

“Top 10 Global Islamic Bank dengan top 10 bank Syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam kurun waktu 5 tahun”

Misi:

- 1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia (Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500T) dan nilai buku 50T ditahun 2025).
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham (Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PBV>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja).

c. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai



Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai

d. Produk dan Jasa Layanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai

1) Tabungan

- a) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- b) BSI Tabungan Easy Wadiah
- c) BSI Tabungan Bisnis
- d) BSI Tabungan Haji
- e) BSI Tabungan Haji Muda
- f) BSI Tabungan Efek Syariah
- g) BSI Tabungan Junior
- h) BSI Tabungan Mahasiswa
- i) BSI Tabungan Payroll
- j) BSI Tabunganku
- k) BSI Tabungan Pendidikan

- l) BSI Tabungan Pensiun
- m) BSI Tabungan Prima
- n) BSI Tabungan Rencana
- o) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- p) BSI Tabungan Smart
- q) BSI Tabungan Valas
- r) BSI Tabungan Kolektif
- 2) Giro
 - a) BSI Giro Rupiah
 - b) BSI Giro Valas
- 3) Pembiayaan
 - a) BSI Bilateral Financing
 - b) BSI Cash Collateral
 - c) BSI Distributor Financing
 - d) BSI Griya Hasanah
 - e) BSI Griya Simuda
 - f) BSI Griya Mabrur
 - g) BSI Griya Take Over
 - h) BSI Kur Sejahtera
 - i) BSI Kur Mikro
- 4) Kartu
 - a) Kartu Debit:
 - BSI Kartu Haji
 - BSI Debit GPN
 - BSI Debit Visa
 - BSI Debit SaBi
 - BSI Debit OTP
 - BSI Debit SimPel
 - b) Kartu Kredit:
 - BSI Hasanah Card
- 5) Digital
 - a) BSI Mobile
 - b) BSI *Internet Banking*



2. Gambaran Umum Responden

Karakteristik dari semua responden akan dipaparkan dalam gambaran umum responden, antaranya terdiri dari jenis kelamin, usia responden, dan pekerjaan responden.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik dalam penelitian ini dipaparkan jenis kelamin ini terdiri dari laki-laki dan perempuan yang dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	28	28%
Perempuan	72	72%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Dapat dilihat pada tabel 4. 1 dijelaskan bahwa dari 100 responden lebih banyak responden yang berjenis kelamin perempuan. Bisa dibuktikan pada tabel 4. 1 bahwa jumlah frekuensi pada responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang dengan persentase 72%. Sedangkan pada responden laki-laki dapat dilihat sebanyak 28 orang dengan persentase 28%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi menjadi beberapa kelompok interval yaitu, dari responden yang berusia 15 – 20 tahun, 21 – 30 tahun, 31 – 40 tahun, 41 – 50 tahun, dan > 50 tahun. Berikut karakteristik responden berdasarkan usia yang dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
15 > 20 Tahun	22	22%
21 > 30 Tahun	53	53%
31 > 40 Tahun	3	3%
41 > 50 Tahun	9	9%
> 50 Tahun	13	13%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 2, bahwa frekuensi responden dengan interval usia 21 – 30 tahun cenderung lebih banyak yaitu sebanyak 53 responden atau dengan persentase 53%. Berdasarkan responden dengan interval usia 15 – 20 tahun sebanyak 22 responden dengan persentase 22%, pada interval usia 31 – 40 tahun sebanyak 3 responden dengan persentase 3%, pada interval usia 41 – 50 tahun sebanyak 9 responden dengan persentase 9%, dan sedangkan pada responden dengan interval usia >50 tahun sebanyak 13 responden dengan persentase 13%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan / Profesi

Jenis pekerjaan atau profesi responden pada penelitian ini terdiri dari pelajar / mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Pegawai / Profesi yang diantaranya (pegawai BUMN, guru, dokter, TNI, karyawan, dan

lain-lain), pensiunan dan tidak bekerja. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan / profesi dapat diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 3 Pekerjaan / Profesi Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	37	37%
Ibu Rumah Tangga	11	11%
Pegawai / Profesional	48	48%
Pensiun	4	4%
Tidak Bekerja	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 3 diatas bisa di simpulkan bahwa responden yang mayoritas adalah dari kalangan pegawai / profesional. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4. 3 bahwa jumlah responden pada karakteristik pekerjaan pegawai / professional sebanyak 48 responden dengan persentase 48% dari jumlah keseluruhan responden. Adapun pada karakteristik responden pelajar / mahasiswa sebanyak 37 responden dengan persentase 37%, karakteristik responden pada Ibu Rumah Tangga sebanyak 11 responden dengan persentase 11%, karakteristik responden pada pension 4 responden dengan persentase 4%, dan pada karkateristik responden yang tidak bekerja yaitu 0 responden atau dengan persentase 0%.

3. Hasil Analisis Deskriptif

Hasil Analisis Deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan tanggapan para responden terhadap kuesioner dari setiap variabel yang di teliti yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y).

a. Persepsi Kemudahan (X1)

Tanggapan dari 100 responden terhadap variabel Persepsi Kemudahan (X1) dapat diuraikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kemudahan (X1)

Item	Tanggapan Responden										Mean
	SS		S		R		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Sistem internet banking pada BSI mempermudah dalam bertransaksi	74	74%	23	23%	1	1%	2	2%	0	0%	4,69%
Sistem internet banking pada BSI dapat mempercepat dalam bertransaksi	69	69%	28	28%	3	3%	0	0%	0	0%	4,66%
Dengan menggunakan internet banking dapat meminimalisir terjadinya kesalahan saat menggunakan	44	44%	38	38%	14	14%	4	4%	0	0%	4,22%
Sering terjadinya kesalahan saat menggunakan internet banking	0	0%	0	0%	0	0%	34	34%	66	66%	4,34%
Menggunakan internet banking dengan mudah mendapatkan informasi	69	69%	30	30%	1	1%	0	0%	0	0%	4,68%
Adanya sistem internet banking menjadikan nasabah sulit untuk memahami pelayanannya	0	0%	2	2%	12	12%	33	33%	53	53%	1,63%
Adanya internet banking mempermudah bertransaksi saat keadaan sedang mandadak	75	75%	22	22%	3	3%	0	0%	0	0%	4,72%
Internet banking mempermudah bertransaksi dengan menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah	63	63%	37	37%	0	0%	0	0%	0	0%	4,63%
Internet banking mudah dioperasikan	56	56%	36	36%	5	5%	2	2%	1	1%	4,44%
Adanya internet banking menjadikan nasabah terampil dalam menggunakannya	48	48%	37	37%	14	14%	1	1%	0	0%	4,32%
Internet banking memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi	67	67%	29	29%	4	4%	0	0%	0	0%	4,63%

Layanan transaksi dengan menggunakan internet banking menjadi lebih cepat	65	65%	34	34%	1	1%	0	0%	0	0%	4,64%
Persepsi Kemudahan (X1)											48,60%

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Dari 12 item pernyataan tersebut bisa diketahui bahwa yang mendapatkan nilai mean yang tertinggi adalah pada pernyataan “Sistem *internet banking* pada BSI mempermudah dalam bertransaksi” dengan nilai mean sebesar 4,69%. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai ini memiliki persepsi baik bagi nasabahnya dengan kemudahan yang didapat dalam bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil nilai rata-rata (*mean*) pada variabel persepsi kemudahan sebesar 48,60%. Kemudian mendapatkan nilai rata-rata (*mean*) standar deviasinya pada variabel persepsi kemudahan ini dengan nilai rata-rata sebesar 4,42%. Artinya bahwa apabila nilai rata-rata (*mean*) setiap pernyataan lebih besar dibandingkan nilai standar deviasinya maka penyebaran data tersebut merata dan penyimpangan pada data yang terjadi adalah rendah.

b. Kebermanfaatan (X2)

Tanggapan dari 100 responden terhadap variabel Kebermanfaatan (X2) dapat diuraikan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Kebermanfaatan (X2)

Item	Tanggapan Responden										Mean
	SS		S		R		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Malapunt saya menggunakan internet banking saat bertransaksi dapat mempercepat pekerjaan	0	0%	8	8%	34	34%	35	35%	23	23%	2,27%
Dengan adanya internet banking dapat menghemat waktu saat melakukan transaksi	66	66%	32	32%	0	0%	2	2%	0	0%	4,62%
Pekerjaan menjadi cepat terselesaikan dengan menggunakan internet banking	68	68%	28	28%	4	4%	0	0%	0	0%	4,64%
Dengan menggunakan internet banking dalam bertransaksi dapat meningkatkan produktivitas nasabah	55	55%	37	37%	8	8%	0	0%	0	0%	4,47%
Adanya internet banking menjadikan waktu lebih berharga	60	60%	34	34%	6	6%	0	0%	0	0%	4,54%
Dengan menggunakan internet banking saat bertransaksi dapat menghemat waktu	14	14%	9	9%	9	9%	45	45%	23	23%	2,46%
Bertransaksi dengan menggunakan internet banking kurang efektif karena sering terjadinya kesalahan	11	11%	6	6%	31	31%	38	38%	14	14%	2,62%
Adanya internet banking dapat melakukan transaksi lebih dari satu kali dan sesuai dengan kebutuhan	54	54%	41	41%	3	3%	1	1%	1	1%	4,46%
Adanya internet banking fitur-fitur pembayaran pada internet banking mempermudah sebagai alat pembayaran	63	63%	30	30%	6	6%	1	1%	0	0%	4,55%
Sekarang dengan mudah melakukan transaksi pembayaran tagihan dengan melalui internet banking	62	62%	30	30%	7	7%	1	1%	0	0%	4,53%
Dengan adanya internet banking memberikan banyak manfaat untuk nasabah saat menggunakannya	64	64%	32	32%	3	3%	1	1%	0	0%	4,59%
Kurangnya manfaat yang diberikan oleh internet banking kepada nasabah	9	9%	6	6%	12	12%	46	46%	27	27%	2,24%
Kebermanfaatan (X2)											45,99%

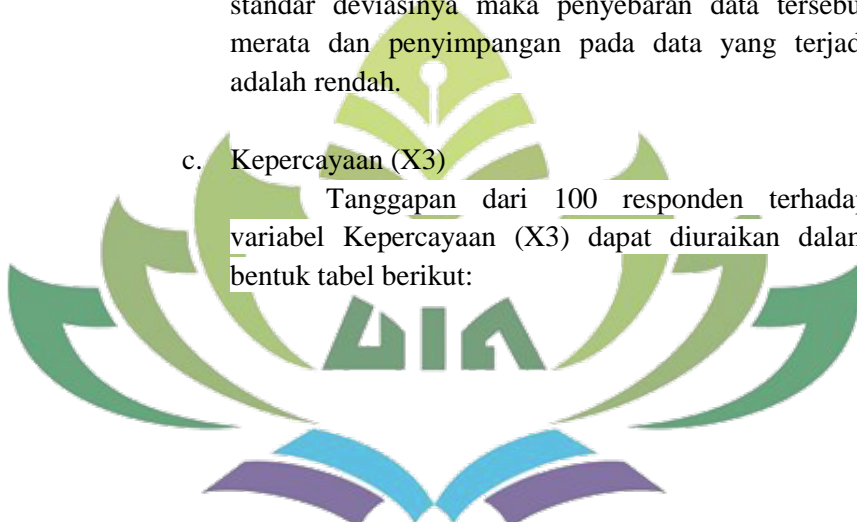
Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Dari 12 item pernyataan yang disebar pada kuesioner dapat diketahui bahwa nilai *mean* yang terbesar adalah “Pekerjaan menjadi cepat terselesaikan dengan menggunakan *internet banking*”, dengan pernyataan tersebut para responden setuju bahwa dengan adanya *internet banking* menjadikan

pekerjaan cepat terselesaikan. Internet banking memberikan banyak manfaat bagi nasabah yang menggunakannya maka dengan hal tersebut nilai rata-rata (*mean*) pada pernyataan tersebut sebesar 4,64%. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil nilai rata-rata (*mean*) pada variabel kebermanfaatan sebesar 45,99%. Kemudian mendapatkan nilai rata-rata (*mean*) standar devisiasinya pada variabel kebermanfaatan ini dengan nilai rata-rata sebesar 4,44%. Artinya bahwa apabila nilai rata-rata (*mean*) setiap pernyataan lebih besar dibandingkan nilai standar devisiasinya maka penyebaran data tersebut merata dan penyimpangan pada data yang terjadi adalah rendah.

c. Kepercayaan (X3)

Tanggapan dari 100 responden terhadap variabel Kepercayaan (X3) dapat diuraikan dalam bentuk tabel berikut:



Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X3)

Item	Tanggapan Responden										Mean
	SS		S		R		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya percaya dengan menggunakan <i>internet banking</i> akan menyimpan data-data pribadi saya dengan aman.	42	42%	45	45%	15	15%	1	1%	0	0%	4,25%
<i>Internet banking</i> akan memberikan jaminan apabila data pribadi nasabah bocor	41	41%	42	42%	13	13%	4	4%	0	0%	4,2%
Saya akan menggunakan <i>internet banking</i> saat melakukan bertransaksi.	51	51%	43	43%	5	5%	1	1%	0	0%	4,44%
Saya percaya menggunakan <i>internet banking</i> untuk melakukan transaksi.	56	56%	38	38%	6	6%	0	0%	0	0%	4,5%
Pelayanan <i>internet banking</i> tidak memiliki konsistensi kepada nasabah.	0	0%	4	4%	32	32%	45	45%	19	19%	2,21%
Saya percaya bahwa dengan menggunakan <i>internet banking</i> sudah sesuai dengan prinsip dan etika yang diterapkan.	50	50%	42	42%	8	8%	0	0%	0	0%	4,42%
Kepercayaan (X3)											24,02%

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Dari 6 item pernyataan yang disebar pada kuesioner dapat diketahui bahwa nilai *mean* yang terbesar adalah “Saya percaya menggunakan *internet banking* untuk melakukan transaksi”, dengan pernyataan tersebut para responden setuju bahwa dengan adanya *internet banking* menaruh rasa kepercayaan nasabah setiap dilakukannya transaksi. *Internet banking* memberikan kepercayaan bagi nasabah yang menggunakannya maka dengan hal tersebut nilai rata-rata (*mean*) pada pernyataan tersebut sebesar 4,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil nilai rata-rata (*mean*) pada variabel

kepercayaan sebesar 24,02%. Kemudian mendapatkan nilai rata-rata (*mean*) standar devisiasinya pada variabel kepercayaan ini dengan nilai rata-rata sebesar 2,71%. Artinya bahwa apabila nilai rata-rata (*mean*) setiap pernyataan lebih besar dibandingkan nilai standar devisiasinya maka penyebaran data tersebut merata dan penyimpangan pada data yang terjadi adalah rendah.

d. Minat (Y)

Tanggapan dari 100 responden terhadap variabel Minat (Y) dapat diuraikan dalam bentuk tabel berikut:



Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Minat (Y)

Item	Tanggapan Responden										Mean
	SS		S		R		TS		STS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya akan terus menggunakan internet banking BSI sebagai alat bertransaksi sampai kapanpun	54	54%	38	38%	7	7%	1	1%	0	0%	4,45%
Saya akan memilih internet banking BSI dalam bertransaksi	58	58%	37	37%	4	4%	1	1%	0	0%	4,52%
Saya sangat puas menggunakan internet banking BSI sebagai alat bertransaksi	58	58%	37	37%	4	4%	1	1%	0	0%	4,52%
Internet banking BSI adalah alat transaksi yang sesuai dengan kebutuhan saya.	64	64%	32	32%	4	4%	0	0%	0	0%	4,6%
Saya menggunakan internet banking BSI karena rekomendasi dari kerabat saya.	40	40%	40	40%	7	7%	12	12%	1	1%	4,06%
Saya minat direkomendasikan oleh teman saya untuk menggunakan internet banking BSI sebagai alat untuk bertransaksi	7	7%	17	17%	17	17%	37	37%	22	22%	2,5%
Saya akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga saya untuk menggunakan internet banking BSI sebagai alat bertransaksi	52	52%	41	41%	7	7%	0	0%	0	0%	4,45%
Saya tidak menyarankan teman dan keluarga saya menggunakan internet banking BSI dalam bertransaksi	9	9%	10	10%	17	17%	40	40%	24	24%	2,4%
Minat (Y)											31,50%

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Dari 8 item pernyataan yang disebar pada kuesioner dapat diketahui bahwa nilai *mean* yang terbesar adalah “Internet banking BSI adalah alat transaksi yang sesuai dengan kebutuhan saya”, dengan pernyataan tersebut para responden setuju

bahwa dengan adanya *internet banking* menaruh rasa minatnya nasabah setiap melakukannya transaksi keuangan dengan menggunakan *internet banking*, yang dimana adanya sistem *internet banking* tersebut menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan nasabah dalam bertransaksi. Dengan adanya sistem *internet banking* menumbuhkan sikap minat bagi nasabah yang menggunakannya maka dengan hal tersebut nilai rata-rata (*mean*) pada pernyataan tersebut sebesar 4,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil nilai rata-rata (*mean*) pada variabel minat sebesar 31,50%. Kemudian mendapatkan nilai rata-rata (*mean*) standar devisiasinya pada variabel minat ini dengan nilai rata-rata sebesar 3,54%. Artinya bahwa apabila nilai rata-rata (*mean*) setiap pernyataan lebih besar dibandingkan nilai standar devisiasinya maka penyebaran data tersebut merata dan penyimpangan pada data yang terjadi adalah rendah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis

1. Analisis Hasil Penelitian

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada bab 4 ini, penulis menyajikan data yang telah diolah dari hasil penelitian penyebaran kuesioner, hasil tersebut disajikan kedalam bentuk tabel-tabel yang terdiri dari data persepsi kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Sampel yang digunakan adalah para nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Instrumen yang valid dan reliabel dibutuhkan dari hasil penelitian yang terpercaya.

Menurut Ghozali (2016), uji validitas adalah sebuah cara yang digunakan untuk mengukur benar atau valid dan tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner

bisa dikatakan valid jika item-item pada setiap indikator pernyataan yang telah dibuat dapat mengukur data yang sesuai dengan keinginan dan diharapkan.⁸⁴ Uji validitas dan uji reliabilitas adalah sebuah alat ukur yang wajib digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian pada uji validitas dan uji reliabilitas terdiri dari indikator-indikator pada variabel penelitian dengan menggunakan alat ukur program komputer *SPSS Statistic 25*. Berikut ini merupakan hasil pengujian uji validitas dan reliabilitas dipaparkan sebagai berikut:

1) Uji Validitas

Adapun cara yang digunakan untuk uji validitas dengan dengan melihat R_{hitung} dan R_{tabel} . Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka item tersebut bisa dikatakan valid dan sebaliknya apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$ dapat dikatakan tidak valid. Adapun nilai R_{tabel} dalam penelitian ini yakni 0,163.

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan 100 responden. Dengan pengambilan keputusan $R_{hitung} > R_{tabel}$. Dengan pengertian bahwa jika R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} dengan menggunakan taraf signifikansi 10%, jadi dengan item dari penelitian tersebut bisa dikatakan valid. Pada variabel Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y). Dengan data responden yang telah terkumpul semua item pernyataan dari setiap variabel bisa dikatakan valid dan bisa menjadi tolak ukur. Adapun hasil dari uji validitas yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

⁸⁴ Ghozali (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. (Semarang: Universitas Diponegoro)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Ket	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel}	Hasil Validitas
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,651	0,1663	Valid
	X1.2	0,755	0,1663	Valid
	X1.3	0,581	0,1663	Valid
	X1.4	0,286	0,1663	Valid
	X1.5	0,555	0,1663	Valid
	X1.6	0,198	0,1663	Valid
	X1.7	0,696	0,1663	Valid
	X1.8	0,772	0,1663	Valid
	X1.9	0,651	0,1663	Valid
	X1.10	0,747	0,1663	Valid
	X1.11	0,743	0,1663	Valid
	X1.12	0,742	0,1663	Valid
Kebermanfaatan	X2.1	0,296	0,1663	Valid
	X2.2	0,404	0,1663	Valid
	X2.3	0,611	0,1663	Valid
	X2.4	0,521	0,1663	Valid
	X2.5	0,590	0,1663	Valid
	X2.6	0,372	0,1663	Valid
	X2.7	0,361	0,1663	Valid
	X2.8	0,652	0,1663	Valid
	X2.9	0,552	0,1663	Valid
	X2.10	0,656	0,1663	Valid
	X2.11	0,494	0,1663	Valid
	X2.12	0,366	0,1663	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,722	0,1663	Valid
	X3.2	0,763	0,1663	Valid
	X3.3	0,725	0,1663	Valid
	X3.4	0,723	0,1663	Valid
	X3.5	0,255	0,1663	Valid
	X3.6	0,705	0,1663	Valid

Minat	Y.1	0,706	0,1663	Valid
	Y.2	0,736	0,1663	Valid
	Y.3	0,736	0,1663	Valid
	Y.4	0,692	0,1663	Valid
	Y.5	0,598	0,1663	Valid
	Y.6	0,274	0,1663	Valid
	Y.7	0,514	0,1663	Valid
	Y.8	0,264	0,1663	Valid

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Berdasarkan dengan pada tabel 4. 8 diatas bisa disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari semua variabel pada Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y) dikatakan valid karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang dipakai untuk mengukur sebuah instrument pernyataan pada kuesioner yang terdiri pada indikator di setiap variabel. Untuk melihat apakah kuesioner pada setiap variabel memiliki konsistensi apabila pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dilakukan secara berulang dasar pengambilan pada uji reliabilitas dikatakan reliabel dengan nilai *cronbach alpha* $> 0,6$.⁸⁵ Adapun hasil dari uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel berikut:

⁸⁵ Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss. Hlm. 6.

Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keteran gan
Persepsi Kemudahan (X_1)	12	0,833	Reliabel
Kebermnafaatan (X_2)	12	0,623	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	6	0,706	Reliabel
Minat (Y)	8	0,601	Reliabel

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Dengan hasil pada tabel 4. 9 bahwa variabel pada pernyataan persepsi kemudahan (x_1), kebermanfaatan (x_2), dan kepercayaan (x_3) terhadap minat (y) dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* dari setiap variabel $> 0,6$. Jadi, bisa dikatakan bahwa kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

b. Uji Analisis Data

1) Uji Asusmi Klasik

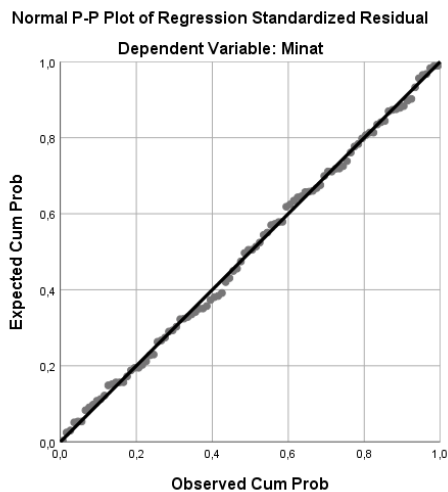
Uji asumsi klasik mempunyai fungsi sebagai menguji keakuratan persamaan regresi dari data yang telah diperoleh, sehingga dapat bersifat konsisten atau tidak biasa. Adapun macam-macam uji asumsi klasik yang meliputi:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dengan menggunakan metode *kolmogorov smirnov* adalah bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penyebaran data pada sumbu diagonal grafik P-

Plot. Data bisa dikatakan normal jika penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal. Berikut dapat dilihat grafik hasil uji normalitas sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS 25 diolah, 2023

Dapat dilihat pada gambar 4. 1 di atas bahwa penyebaran titik-titik pada grafik tersebut mengikuti garis diagonal, maka hal tersebut dapat dikatakan bahwa persebaran pada hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dikatakan normal. Berdasarkan dengan nilai signifikasinya $0,200 > 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan (x1), kebermanfaatan (x2), dan kepercayaan (x3) dalam sebuah model regresi linier berganda. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas tersebut dapat dilihat

dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) > 10 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi Kemudahan (X1)	0,482	2,073	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kebermanfaatan (X2)	0,694	1,441	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan (X3)	0,532	1,881	Tidak Terjadi Multikolinearitas

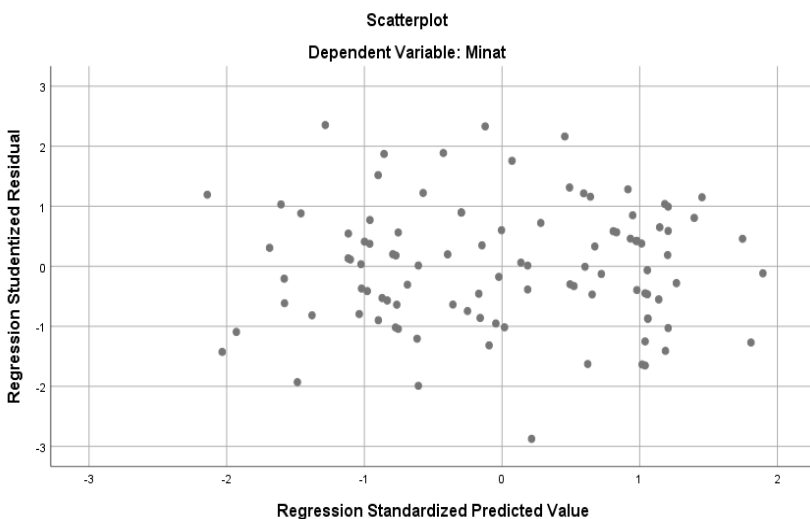
Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Berdasarkan dengan hasil pada tabel 4. 10 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF keseluruhan variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan (x1), kebermanfaatan (x2), dan kepercayaan (x3) dengan hasil lebih kecil dari 10. Berdasarkan pada hasil uji multikolinearitas tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu persepsi kemudahan (x1), kebermanfaatan (x2), dan kepercayaan (x3) terindikasi tidak saling berkorelasi atau tidak terjadinya multikolinearitas, sehingga bisa digunakan dalam penelitian selanjutnya.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji karena adanya gangguan (*error*) yang muncul dalam fungsi regresi yang memiliki *variance* yang tidak sama dari residual 1 pengamatan dengan pengamatan yang lain. Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 25, diolah 2023

Pada gambar 4. 3 diatas dapat dilihat bahwa posisi persebaran data berada diatas dan dibawah angka dan titik membentuk sebuah pola tertentu. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini tidak terjadinya heteroskedastisitas.

d) Uji Linearitas

Uji linearitas adalah sebuah korelasi atau regresi linear yang didasarkan oleh asumsi bahwa variabel-variabel yang dianalisis mempunyai hubungan yang linear.⁸⁶ Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikansi atau tidak. Apabila antara variabel independen (x) dengan variabel dependen (y) memiliki korelasi yang baik seharusnya memiliki hubungan. Adapun hasil uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Persepsi Kemudahan (X1)

ANOVA Table

			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<u>Minat * Persepsi Kemudahan</u>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	644,852	18	35,825	4,868	0,000
		<u><i>Linearity</i></u>	511,348	1	511,348	69,478	0,000
		<u><i>Deviation From Linearity</i></u>	133,503	17	7,853	1,067	0,400
	<i>Within Groups</i>		596,148	81	7,360		
	<i>Total</i>		1241,000	99			

Sumber: *Output*, SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 11 diatas hasil uji linearitas dengan melihat signifikansi pada variabel persepsi kemudahan mendapatkan hasil nilai signifikansi dari *Deviation From Linearity* sebesar $0,400 > 0,10$ yang artinya terdapat hubungan antara variabel independen persepsi kemudahan terhadap variabel dependen minat. Dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen perspesi kemudahan terhadap variabel dependen minat memiliki hubungan dan keduanya berada pada posisi yang linear.

⁸⁶ Widhiarso, W. (2010). *Catatan pada uji linieritas hubungan*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Hlm. 2.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Kebermanfaatan (X2)
ANOVA Table

			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<u>Minat * Kebermanfaatan</u>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	408,548	21	19,455	1,823	0,030
		<i>Linearity</i>	280,196	1	280,196	26,254	0,000
		<i>Deviation From Linearity</i>	128,352	20	6,418	0,601	0,900
	<i>Within Groups</i>		832,452	78	10,672		
	Total		1241,000	99			

Sumber: *Output*, SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 12 diatas hasil uji linearitas dengan melihat signifikansi pada variabel kebermanfaatan mendapatkan hasil nilai signifikansi dari *Deviation From Linearity* sebesar $0,900 > 0,10$ yang artinya terdapat hubungan antara variabel independen kebermanfaatan terhadap variabel dependen minat. Dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen kebermanfaatan terhadap variabel dependen minat memiliki hubungan dan keduanya berada pada posisi yang linear.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas Kepercayaan (X3)
ANOVA Table

			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<u>Minat * Kepercayaan</u>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	588,007	12	49,001	6,528	0,000
		<i>Linearity</i>	518,411	1	518,411	69,069	0,000
		<i>Deviation From Linearity</i>	69,596	11	6,327	0,843	0,598
	<i>Within Groups</i>		652,993	87	7,506		
	Total		1241,000	99			

Sumber: *Output*, SPSS 25 diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 13 diatas hasil uji linearitas dengan melihat signifikansi pada variabel kepercayaan mendapatkan hasil nilai signifikansi dari *Deviation From Linearity*

sebesar $0,598 > 0,10$ yang artinya terdapat hubungan antara variabel independen kepercayaan terhadap variabel dependen minat. Dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen kepercayaan terhadap variabel dependen minat memiliki hubungan dan keduanya berada pada posisi yang linear.

2) Analisis Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berikut ini adalah hasil dari analisis linier berganda:

Tabel 4. 14 Analisis Linier Berganda
Coefficients^a

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	2,600	3,112		0,836	0,405
	<u>Persepsi Kemudahan</u>	0,259	0,082	0,324	3,144	0,002
	<u>Kebermanfaatan</u>	0,105	0,068	0,132	1,532	0,129
	<u>Kepercayaan</u>	0,478	0,128	0,367	3,737	0,000

a. *Dependent Variable: Minat*

Sumber: *Output SPSS 25, diolah 2023*

Berdasarkan pada tabel 4.14 diatas, bisa dilihat pada nilai koefisien regresi. Pada kolom *Unstandardized Coefficients* terdapat nilai *Constant* sebesar 2,600 dan nilai koefisien arah regresi X_1 , 0,259, pada X_2 sebesar 0,105, dan pada X_3 sebesar 0,478. Hal tersebut dapat di bentuk dengan persamaan regresi yaitu:

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

$$Y = 2,600 + 0,259X_1 + 0,105X_2 + 0,478X_3 + e$$

Dari persamaan pada bentuk regresi yang diatas tersebut dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil nilai konstanta (a) dengan persamaan regresi linier berganda mendapatkan hasil nilai sebesar 2,600. Yang artinya apabila variabel dependen Minat (Y) dipengaruhi oleh variabel independen Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3), maka besarnya nilai pada Minat (Y) sebesar 2,600. Jika variabel independen tidak ada maka variabel minat tidak mengalami perubahan.

2. Nilai koefisien regresi pada variabel independen Persepsi Kemudahan (X1) sebesar 0,259 menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan (X1) mempunyai pengaruh terhadap variabel Minat (Y) yang berarti bahwa jika variabel Persepsi Kemudahan mengalami kenaikan 1%, maka akan mempengaruhi pada Minat (Y) sebesar 0,259, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti atau tetap konstan.

3. Nilai koefisien regresi pada variabel independen Kebermanfaatan (X2) sebesar 0,105 menunjukkan bahwa variabel Kebermanfaatan (X2) mempunyai pengaruh terhadap variabel Minat (Y) yang berarti bahwa jika variabel Kebermanfaatan mengalami kenaikan 1%, maka akan mempengaruhi pada Minat (Y) sebesar 0,105, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti atau tetap konstan.

4. Nilai koefisien regresi pada variabel independen Kepercayaan (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,478. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Minat (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1% satuan

variabel Kepercayaan (X3), maka akan mempengaruhi Minat (Y) sebesar 0,478, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dan konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

3) Uji Hipotesis

a) Uji T

Perumusan pada hipotesis pada uji t, sebagai berikut:

H_0 = Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a = Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengambilan keputusan:

Jika nilai dari $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi berpengaruh. Dan sebaliknya, jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi tidak berpengaruh.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang diteliti dengan menggunakan program SPSS 25 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Uji T Statistik (Parsial)
Coefficients^a

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		Sig.
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	2,600	3,112		0,836	0,405
	<u>Persepsi Kemudahan</u>	0,259	0,082	0,324	3,144	0,002
	<u>Kebermanfaatan</u>	0,105	0,068	0,132	1,532	0,129
	<u>Kepercayaan</u>	0,478	0,128	0,367	3,737	0,000

Dependent Variabel: Minat

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 15 menunjukkan bahwa hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa hasil dari uji T_{hitung} dari masing-masing variabel Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan pada tabel 4. 15 diatas, hasil uji t (parsial) bahwa variabel persepsi kemudahan menunjukkan hasil nilai t_{hitung} sebesar $3,144 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,10$. Maka hal ini menunjukkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Artinya menunjukkan bahwa pada variabel persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Maka hasil penelitian pada variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap variabel minat sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

2. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan pada tabel 4. 15 diatas, hasil uji t (parsial) bahwa variabel kebermanfaatan menunjukkan hasil nilai t_{hitung} sebesar $1,532 < t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikansi $0,129 > 0,10$. Maka hal ini menunjukkan bahwa H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Artinya menunjukkan bahwa pada variabel kebermanfaatan secara parsial tidak berpengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan

internet banking. Walaupun hasil hipotesis yang diajukan adalah mengasumsikan bahwa variabel kebermanfaatan berpengaruh terhadap variabel minat, namun pada penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang diajukan. Adapun pada penelitian terdahulu pada variabel kebermanfaat ini juga sejalan yang telah dilakukan oleh Ahmad Ulil Albab Al Umar dan Saifudin Zuhri (2019) dengan hasil variabel manfaat tidak berpengaruh terhadap minat.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan pada tabel 4. 15 diatas, hasil uji t (parsial) bahwa variabel kepercayaan menunjukkan hasil nilai t_{hitung} sebesar $3,737 > t_{tabel} 1,660$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$. Maka hal ini menunjukkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya menunjukkan bahwa pada variabel kebermanfaatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Maka hasil penelitian pada variabel kepercayaan berpengaruh terhadap variabel minat sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

b) Uji F

Perumusan uji hipotesis pada uji F, sebagai berikut:

Jika nilai signifikan $< 0,10$ maka variabel yang diuji dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima atau berpengaruh. Dan sebaliknya, Jika nilai signifikan $> 0,10$ maka variabel yang diuji dinyatakan H_0 diterima dan H_a

ditolak artinya tidak signifikan atau tidak berpengaruh. Dan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel yang diuji dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima signifikan atau berpengaruh, dan begitupun sebaliknya. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel yang diuji dinyatakan H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak signifikan atau tidak berpengaruh. Adapun hasil dari uji F dipaparkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630,225	3	210,075	33,019	0,000 ^b
	Residual	610,775	96	6,362		
	Total	1241,000	99			

a. *Dependent Variable:* Minat

b. *Predictors:* (*Constant*), Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 16 dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,10$ dan pada nilai $F_{hitung} 33,019 > \text{nilai } F_{tabel} 2,141$. Hal tersebut membuktikan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Yang artinya terdapat pengaruh Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y) secara signifikan atau mempunyai hubungan.

c) **Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah uji yang dilakukan untuk mengukur

seberapa kemampuan model dalam variabel dependen (Y). Adapun hasil dari uji koefisien determinasi (R^2), sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,173 ^a	0,508	0,492	2,522

Sumber: Data diolah, Peneliti 2023

Berdasarkan pada tabel 4. 17 hasil uji koefisien determinasi (R^2) dipengaruhi nilai koefisien R^2 sebesar 0,508 atau 50,8%. Jadi bisa dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y) sebesar 50,8%. Dengan sisanya ($100\% - 50,8\% = 49,2\%$).

2. Pembahasan

Dilakukannya penelitian ini untuk melihat Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan terhadap Minat pada nasabah yang menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Dengan melihat ini ada atau tidaknya sebuah pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen di dalam penelitian ini, dengan analisis yang digunakan adalah *product moment* dan korelasi parsial untuk menganalisis ketiga variabel independen Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan dengan satu variabel dependen yaitu minat. Proses analisis pada penelitian ini dengan menggunakan program *software SPSS 25. 0 for windows*.

Target penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai yang menggunakan *internet banking*. Dengan sampel yang

diambil dari populasi nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Dengan total 100 nasabah yang menjadi responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan (*simple random sampling*). Dalam penelitian ini melakukan identifikasi karakteristik dari responden yaitu seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan atau profesi. Dengan adanya karakteristik responden pada penelitian ini untuk melihat seberapa banyak frekuensi dari masing-masing karakteristik tersebut.

Dalam penelitian ini memiliki hasil penelitian dari tiga hipotesis yang telah dilakukan analisis.

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Berdasarkan dengan analisis data pada hipotesis pertama yaitu variabel independen persepsi kemudahan terhadap variabel dependen minat, ditemukan adanya pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat dengan analisis yang digunakan korelasi parsial dengan hasil nilai T_{hitung} sebesar $3,144 > T_{tabel}$ 1,660 dengan besarnya nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,10$, dengan hasil tersebut berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hal tersebut bahwa kemudahan yang ada pada *internet banking* sebagai alat bertransaksi non tunai mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakannya.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Menyatakan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai lebih menjadikan kemudahan sebagai faktor dalam memutuskan untuk menggunakan *internet banking*. Nasabah lebih cenderung

mementingkan kemudahan saat menggunakan *internet banking* di banding hal lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani (2016) diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan uang elektronik. Dengan hasil $4,48 > 1,96$ hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan untuk digunakan dan mudah untuk dipahami maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik, hal tersebut disebabkan oleh petunjuk untuk cara menggunakan uang elektronik tersebut pada pedagang atau toko.

H2: Kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Berdasarkan dengan analisis data pada hipotesis kedua yaitu variabel independen kebermanfaatan terhadap variabel dependen minat, ditemukan tidak adanya pengaruh signifikan antara kebermanfaatan terhadap minat dengan analisis yang digunakan korelasi parsial dengan hasil nilai T_{hitung} sebesar $1,532 < T_{tabel}$ $1,660$ dengan besarnya nilai signifikansi sebesar $0,129 > 0,10$, dengan hasil tersebut berarti hipotesis yang diajukan ditolak. Hal tersebut bahwa kebermanfaatan yang ada pada *internet banking* sebagai alat bertransaksi non tunai tidak mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakannya.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah banyak atau tidaknya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai memberikan kebermanfaatan pada *internet banking* tidak dapat mempengaruhi setiap nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Hal tersebut dikarenakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai sebagian besar telah

mengetahui manfaat yang didapat dengan menggunakan *internet banking* saat bertransaksi, sehingga bagi nasabah manfaat yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai dalam mengoperasikan *internet banking* telah nasabah rasakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, dan Abdul Jalil (2021) diketahui bahwa manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dengan hasil $1,378 < 1,988$ hal tersebut dikarenakan semakin besar manfaat suatu teknologi maka semakin besar pula minat seseorang dalam menggunakannya. Manfaat *mobile banking* yang begitu besar untuk nasabah melakukan transaksi dengan mempersingkat waktu, sehingga manfaat pada *mobile banking* menarik minat nasabah dalam menggunakannya.

H3: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Berdasarkan dengan analisis data pada hipotesis ketiga yaitu variabel independen kepercayaan terhadap variabel dependen minat, ditemukan adanya pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat dengan analisis yang digunakan korelasi parsial dengan hasil nilai T_{hitung} sebesar $3,737 > T_{tabel}$ 1,660 dengan besarnya nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$, dengan hasil tersebut berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hal tersebut bahwa kepercayaan yang ada pada *internet banking* sebagai alat bertransaksi non tunai mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakannya.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Menyatakan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang

A Rivai lebih menjadikan kepercayaan sebagai faktor dalam memutuskan untuk menggunakan *internet banking*. Nasabah lebih cenderung mementingkan kepercayaan sebagai keputusan sebelum menggunakan *internet banking* di banding hal lainnya.

H₄: Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai.

Berdasarkan dengan analisis data pada hipotesis keempat yaitu variabel independen persepsi kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan terhadap variabel dependen minat, ditemukan adanya pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat dengan analisis yang digunakan simultan dengan hasil nilai F_{hitung} sebesar $33,019 > T_{tabel}$ 2,141 dengan besarnya nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,10$, dengan hasil tersebut berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hal tersebut bahwa persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan yang ada pada *internet banking* sebagai alat bertransaksi non tunai mempengaruhi keinginan nasabah untuk menggunakannya.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah bahwa persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Menyatakan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai lebih menjadikan persepsi kemudahan, kebermanfaatan kepercayaan sebagai faktor dalam memutuskan untuk menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Andriyanto (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan

berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*.

Penelitian ini mempunyai hasil frekuensi dari sebuah karakteristik responden yaitu seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan atau profesi. Hal tersebut memiliki hasil frekuensi yang berbeda-beda. Yang pertama pada karakteristik jenis kelamin, jenis kelamin pada laki-laki mempunyai frekuensi sebanyak 28%, dan pada perempuan sebanyak 72%, dilihat dari frekuensi karakteristik jenis kelamin bahwa yang banyak menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai adalah jenis kelamin perempuan. Pada karakteristik yang kedua, bahwa pada usia 15 > 20 tahun mempunyai frekuensi sebanyak 22%, pada usia 21 > 30 tahun sebanyak 53%, pada usia 31 > 40 tahun sebanyak 3%, pada usia 41 > 50 tahun sebanyak 9%, dan pada usia > 50 tahun sebanyak 13%. Dilihat dari frekuensi karakteristik usia bahwa frekuensi yang paling banyak pada usia 21 > 30 tahun sebanyak 53%. Pada karakteristik pekerjaan atau profesi yang terdiri dari pelajar atau mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 37%, pada ibu rumah tangga sebanyak 11%, pada pegawai atau professional sebanyak 48%, pada pensiunan sebanyak 4%, dan yang tidak bekerja sebanyak 0%. Dapat dilihat pada karakteristik pekerjaan atau profesi bahwa pegawai atau profesi memiliki frekuensi paling banyak yaitu sebesar 48%.

Dengan hasil analisis tersebut bahwa nasabah yang menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai mempertimbangkan kemudahan serta kepercayaan sebelum menggunakannya, sehingga kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat. Sedangkan pada manfaat, nasabah telah mengetahui manfaat yang telah diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai dengan melalui jasa layanan bertransaksi *internet banking*, nasabah telah merasakan manfaat pada saat

menggunakannya oleh sebab itu, kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap minat.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada bab IV dalam penelitian ini dari variabel-variabel yang telah di uji yaitu variabel Persepsi Kemudahan (X1), Kebermanfaatan (X2), dan Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y). Dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan uji T, variabel Persepsi Kemudahan (X1) yang memiliki arti bahwa secara parsial hasil uji t pada variabel Persepsi Kemudahan (X1) adalah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat (Y) nasabah menggunakan *internet banking*. Artinya menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan sesuai dengan hasil penelitian.
2. Dengan uji T, variabel Kebermanfaatan (X2) yang memiliki arti bahwa secara parsial hasil uji t pada variabel Kebermanfaatan (X2) adalah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat (Y) nasabah menggunakan *internet banking*. Artinya menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan tidak sesuai dengan hasil penelitian. Hal ini disebabkan oleh, para nasabah yang menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai telah mengetahui akan manfaat yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah terhadap jasa layanan *internet banking*, oleh sebab itu pada variabel Kebermanfaatan (X2) tidak berpengaruh terhadap Minat (Y).
3. Dengan uji T, variabel Kepercayaan (X3) yang memiliki arti bahwa secara parsial hasil uji t pada variabel Kepercayaan (X3) adalah berpengaruh atau signifikan terhadap variabel Minat (Y) nasabah menggunakan *internet banking*. Artinya menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan sesuai dengan hasil penelitian. Bahwa dari hasil uji analisis linear berganda menunjukkan variabel

kepercayaan adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan.

4. Dengan hasil uji F pada penelitian ini, variabel Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan dan Kepercayaan bahwa secara simultan atau bersama-sama ketiga variabel independen dengan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai. Jika variabel Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan mengalami peningkatan maka minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* akan meningkat dan begitupun sebaliknya.

B. Rekomendasi

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diambil simpulan menjadi rekomendasi sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menerapkan serta mempertahankan persepsi kemudahan, kebermanfaatan dan kepercayaan kepada sebuah perusahaan baik di dunia perbankan ataupun non bank sehingga nasabah minat dalam menggunakan *internet banking*. Nilai pada variabel kebermanfaatan dapat ditingkatkan oleh pihak didunia perbankan khususnya agar mengedepankan manfaat yang didapatkan dalam menggunakan *internet banking*. Dengan cara menjelaskan kepada nasabah terkait manfaat pada *internet banking* sehingga nasabah memahami manfaat yang didapat saat menggunakan *internet banking*. Dengan cara tersebut maka nasabah akan merasa puas serta nyaman sehingga membuat nasabah berminat dan menggunakan *internet banking*.
2. Dengan pihak bank melakukan serta menerapkan sebuah persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan sebuah kepedulian terhadap nasabah maka akan menjadikan nilai tersendiri agar nasabah tidak hilangnya kepercayaan serta minat dalam menggunakannya. Agar bisa menutupi kekurangan yang ada dengan penerapan kemudahan,

kebermanfaatan, dan kepercayaan yang tepat dan baik dalam menggunakannya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan agar bisa menambahkan variabel lain yakni, perilaku konsumen, *acceptance model*, *reasoned action* atau variabel lain yang berkaitan dengan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepercayaan dalam upaya memperluas penggunaan *internet banking* sehingga bisa memperkuat dan memperluas tentang penelitian ini dari Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan yang berdampak pada minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Serta diharapkan agar dapat menambahkan objek penelitian yang berbeda untuk perbankan syariah di cabang lainnya yang tersebar ada di seluruh Indonesia, untuk mengetahui perbandingan pada Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan yang berdampak kepada minat nasabah.



DAFTAR RUJUKAN

- Al Umar, A. U. A., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh Manfaat, Pengetahuan dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4 (1).
- Andhiyani Rahmasari Putri, & Ari Susanti. (2022). Pengaruh *E-Commerce*, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(01), 20–33. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.013.1.02>
- Aziizah, S. N., Zuliansyah, A., & Rosilawati, W. (2023). *Pengaruh Perceived Organizational Support (POS) dan Work Stress terhadap munculnya Perilaku Kontraproduktif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Karyawan PT. Gula Putih Mataram di Lampung Tengah)*. *Target: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 65-78.
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan Validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Bank Syariah Indonesia KCP Palembang A Rivai
- Devi, Y., Saefurrohman, G. U., Rosilawati, W., Utamie, Z. R., & Nurhayati, N. (2022). *Analisis Penyebab Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Dalam Laporan Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019*. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(2), 622-627.
- Diana, S. R., Rafikasari, A., & Susanti, D. (2020). Nilai Ekonomi Data dan Informasi Penginderaan Jauh sebagai Wujud Pelaksanaan Visi Keantariksaan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Kebijakan Penerbangan Dan Antariksa III (Sinaskpa-III)* 2018, 125–138. <https://doi.org/10.30536/p.sinaskpa.iii.8>
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk

Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>

<https://www.bankbsi.co.id>.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*.

Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
<https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo.

Kurniawan, D. (2020). Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat penggunaan ovo. *Prisma: Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 01(04), 18–28.

Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>

Malay, M. N. (2015). *Belajar Mudah & Praktis (Analisis Data dengan SPSS dan JAPS)* (2nd ed.). CV Madani Jaya.

Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Noviarita, H., Kurniyawati, A., Ningsih, N. W., & Rosilawati, W. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan Keluarga dan Pelatihan Kewirausahaan Gender dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1192-1198.

Nurdin, N., Ningrum, Rukma., Bachmid, Sofyan., & Jalil, Abdul. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3 (1).

Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat

- Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (*Fintech*) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Oentario, Y., Harianto, A., & Irawati, J. (2017). Pengaruh *Usefulness*, *Ease of Use*, *Risk* Terhadap *Intention to Buy Online* patisserie Melalui *Consumer Attitude* Berbasis Media Sosial Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 26–31. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.26-31>
- Pambudi, T. W. S., & Soliha, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39.
- Permadhi, D., & Dianpratiwi, T. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Petani Berusahatani Tebu (Studi Kasus: Wilayah Kerja Pabrik Gula Gempolkrep, PT Perkebunan Nusantara X). *Indonesian Sugar Research Journal*, 1(2), 67–77. <https://doi.org/10.54256/isrj.v1i2.18>
- Priambodo, Singgih & Prabawani, Bulan. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (2).
- Prof Dr Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.
- Rahayu, S., Rosilawati, W., & Zuliansyah, A. (2023). PENGARUH MODAL USAHA, LINGKUNGAN KELUARGA, KREATIVITAS DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS ISLAM (Studi Pada Alumni Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017 dan 2018).
- Rizky, I, N., Yasa, I, N., P., & Wahyuni, M., A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan

Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Dalam Bertransaksi Pada UMKM Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9 (3).

Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap *Impulse Buying* Pengguna *SPaylater* (Shopee Paylater) di Jadedabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen ...*, 1–15. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>

Siregar, S. (2014). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Rajawali Press.

Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method* (2nd ed.). PT Raja Grafindo Persada.

Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss.*

Tarjo. (2019). *Metode Penelitian*. Cv. Budi Utama.

W.J.S Poewadarmita. (1996). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.

Widhiarso, W. (2010). Catatan pada uji linieritas hubungan. *Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*.

Wijanarto, A. L., & Wardani, D. (2022). Peran Penggunaan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA (Studi pada Nasabah Pengguna Fasilitas M-BCA di Kota Depok). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i1.228>

Lampiran 1 Skala Penelitian



PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Selamat pagi/ siang/ sore/ malam partisipan yang saya hormati.

Saya Noor Thalina Dwipayana mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S1 Perbankan Syariah. Oleh karena itu, untuk memperoleh data-data yang menunjang penelitian ini saya memohon kesediaan anda untuk menjawab beberapa pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ini.

Data penelitian ini termasuk identitas akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan dalam penelitian ini. Besar harapan saya untuk anda dapat berpartisipasi dalam penelitian ini. Atas kesediaan anda dan partisipasinya, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Bandar Lampung, 25 Juli 2023

Noor Thalina Dwipayana

Contact Person

No WhatsApp : 0896-5107-5636

Email : thalinadwipayana@gmail.com

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN,
KEBERMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT NASABAH MENGGUNAKAN *INTERNET BANKING*
PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA TBK KCP
PALEMBANG A RIVAI**

Bagian 1

Identitas Responden

1. Apakah Anda Nasabah BSI KCP Palembang A Rivai? : Iya Tidak
2. Nama : _____
3. Umur : _____
4. Pekerjaan : _____
5. Alamat : _____
6. Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki

Petunjuk Pengisian

- 1) Isilah identitas anda pada tempat yang telah disediakan diatas.
- 2) Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan-pernyataan, bacalah dari setiap pernyataan dan berilah pendapat anda yang sesuai dengan pilhan anda.
- 3) Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda dengan menggunakan tanda ceklis pada kolom yang telah disediakan, dengan keterangan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
R : Ragu

TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

SKALA PERSEPSI KEMUDAHAN

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Sistem <i>internet banking</i> pada BSI mempermudah dalam bertransaksi					
2.	Sistem <i>internet banking</i> pada BSI dapat mempercepat dalam bertransaksi					
3.	Dengan menggunakan <i>internet banking</i> dapat meminimalisir terjadinya kesalahan saat menggunakan					
4.	Sering terjadinya kesalahan saat menggunakan <i>internet banking</i>					
5.	Menggunakan <i>internet banking</i> dengan mudah mendapatkan informasi					
6.	Adanya sistem <i>internet banking</i> menjadikan nasabah sulit untuk memahami pelayanannya					
7.	Adanya <i>internet banking</i> mempermudah bertransaksi saat keadaan sedang mendesak					
8.	<i>Internet banking</i> mempermudah bertransaksi dengan menyediakan layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah					
9.	<i>Internet banking</i> mudah dioperasikan					
10.	Adanya <i>internet banking</i> menjadikan nasabah terampil dalam menggunakannya					
11.	<i>Internet banking</i> memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi					
12.	Layanan transaksi dengan menggunakan <i>internet banking</i> menjadi lebih cepat					

SKALA KEBERMANFAATAN

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Menurut saya menggunakan <i>internet banking</i> saat bertransaksi dapat memperlambat pekerjaan					
2.	Dengan adanya <i>internet banking</i> dapat menghemat waktu saat melakukan transaksi					
3.	Pekerjaan menjadi cepat terselesaikan dengan menggunakan <i>internet banking</i>					
4.	Dengan menggunakan <i>internet banking</i> dalam bertransaksi dapat meningkatkan produktifitas nasabah					
5.	Adanya <i>internet banking</i> menjadikan waktu lebih berharga					
6.	Dengan menggunakan <i>internet banking</i> saat bertransaksi dapat menghambat waktu					
7.	Bertransaksi dengan menggunakan <i>internet banking</i> kurang efektif karena sering terjadinya kesalahan					
8.	Adanya <i>internet banking</i> dapat melakukan transaksi lebih dari satu kali dan sesuai dengan kebutuhan					
9.	Adanya fitur-fitur pembayaran pada <i>internet banking</i> mempermudah sebagai alat pembayaran					
10.	Sekarang dengan mudah melakukan transaksi pembayaran tagihan dengan melalui <i>internet banking</i>					

11.	Dengan adanya <i>internet banking</i> memberikan banyak manfaat untuk nasabah saat menggunakannya					
12.	Kurangnya manfaat yang diberikan oleh <i>internet banking</i> kepada nasabah					



SKALA KEPERCAYAAN

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya percaya dengan menggunakan <i>internet banking</i> akan menyimpan data-data pribadi saya dengan aman					
2.	<i>Internet banking</i> akan memberikan jaminan apabila data pribadi nasabah bocor					
3.	Saya akan menggunakan selalu <i>internet banking</i> saat melakukan bertransaksi					
4.	Saya percaya menggunakan <i>internet banking</i> untuk melakukan transaksi					
5.	Pelayanan <i>internet banking</i> tidak memiliki konsistensi kepada nasabah					
6.	Saya percaya bahwa dengan menggunakan <i>internet banking</i> sudah sesuai dengan prinsip dan etika yang diterapkan					



SKALA MINAT

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya akan terus menggunakan <i>internet banking</i> BSI sebagai alat bertransaksi sampai kapanpun					
2.	Saya akan memilih <i>internet banking</i> BSI dalam bertransaksi					
3.	Saya sangat puas menggunakan <i>internet banking</i> BSI sebagai alat bertransaksi					
4.	<i>Internet banking</i> BSI adalah alat transaksi yang sesuai dengan kebutuhan saya					
5.	Saya menggunakan <i>internet banking</i> BSI karena rekomendasi dari kerabat saya					
6.	Saya tidak direkomendasikan oleh teman saya untuk menggunakan <i>internet banking</i> BSI sebagai alat untuk bertransaksi					
7.	Saya akan merekomendasikan kepada teman atau keluarga saya untuk menggunakan <i>internet banking</i> BSI sebagai alat bertransaksi					
8.	Saya tidak menyarankan teman dan keluarga saya menggunakan <i>internet banking</i> BSI dalam bertransaksi					

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian



1. Persepsi Kemudahan (X1)

X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	X1 .6	X1 .7	X1 .8	X1 .9	X1. 10	X1. 11	X1. 12
5	5	4	1	5	3	5	5	5	4	4	5
5	5	5	2	5	3	4	4	4	3	5	5
5	5	3	2	4	1	5	4	4	4	4	4
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	4
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	2	5	5	4	4	4	4
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	4	2	4	4	4	4	4	4
5	5	4	2	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
4	4	4	1	5	2	5	4	4	4	4	4
5	4	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4
3	3	4	1	5	1	5	5	4	4	5	5
5	4	5	1	5	3	4	5	2	3	5	4
5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
4	5	4	1	4	2	5	4	4	4	4	4
5	5	3	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	3	1	5	1	5	5	5	3	5	5
5	5	3	1	5	2	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	5	1	5	4	4	4	5	4
4	4	4	1	4	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5
4	4	2	1	4	1	4	4	4	4	4	4
5	5	4	1	5	2	4	4	4	3	5	4
5	5	5	1	5	1	4	4	4	4	4	4

5	5	4	2	4	2	5	5	5	4	5	5
4	4	4	1	5	1	5	4	5	4	4	5
5	5	4	2	5	1	5	5	5	5	5	4
4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	1	5	1	4	4	4	4	4	4
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	4	2	4	1	5	5	4	4	4	4
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
5	4	4	1	4	1	5	4	4	4	4	4
5	5	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4
4	4	4	1	5	2	4	4	4	3	5	5
4	4	4	2	4	1	5	4	4	4	4	4
5	5	2	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	4	2	5	5	5	4	5	5
5	4	4	1	5	1	4	4	3	3	4	4
5	4	4	1	4	1	4	5	4	3	3	4
5	5	3	2	5	2	5	5	4	5	5	5
5	5	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	1	4	1	3	4	5	3	5	4
4	4	4	1	5	1	4	4	4	4	4	4
5	5	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	1	5	5	5
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	4	1	5	1	5	4	5	5	5	5
5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	4	1	4	1	5	4	4	4	4	4
4	4	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4

5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
2	3	3	1	5	3	4	4	4	4	3	4
2	3	3	1	3	1	4	4	4	4	4	4
4	4	5	2	5	1	5	5	2	4	5	5
4	4	5	1	4	2	5	4	3	4	5	5
4	4	3	1	5	1	3	4	3	3	3	4
4	4	4	1	4	1	3	4	4	4	4	4
5	5	4	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	4	1	4	2	5	4	4	4	5	5
4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4
5	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	3	2	4	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	3	2	4	2	4	5	4	2	4	4
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	2	1	5	1	5	5	5	4	5	5
5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	1	4	1	5	5	5	4	5	5
5	5	2	1	5	2	4	5	5	4	5	5
5	5	3	1	5	2	5	5	4	4	4	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
4	4	3	1	4	1	5	4	3	3	5	5
4	4	4	2	4	3	5	4	4	3	4	5
5	5	4	1	4	1	5	4	4	3	5	5
5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	4	1	5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	3	2	5	1	5	5	5	3	5	5
5	4	3	1	5	2	4	4	3	3	3	3

2. Kebermanfaatan (X2)

X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	X2 .6	X2 .7	X2 .8	X2 .9	X2. 10	X2. 11	X2. 12
1	5	5	5	5	1	3	4	4	4	4	1
3	5	5	4	4	2	2	5	4	4	5	2
2	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	3
1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2
3	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
2	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	2
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	1
2	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	2
1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	1
2	2	5	5	5	2	2	4	4	4	4	2
3	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
2	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5	2
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
2	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	2
2	4	4	5	5	2	2	3	5	4	4	2
3	5	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2
4	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	1
2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2
3	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	1
2	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
2	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	1
3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	2
2	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	3
2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	5	2
1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1
3	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2
2	4	4	4	4	1	1	4	5	3	4	1

3	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	2
1	5	5	4	4	2	3	4	4	4	5	3
2	4	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	1	2	4	5	4	5	1
1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1
3	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1
2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2
2	4	5	4	5	3	2	4	4	4	4	2
1	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2
2	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	2	2	4	4	5	4	2
3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2
1	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5
2	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	1
3	4	4	3	3	4	3	1	4	3	4	2
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
1	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1
3	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
1	5	5	5	5	2	3	5	4	5	5	3
2	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1
2	5	4	4	4	2	3	4	4	5	4	2
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	5	5	5	5	1	1	4	5	5	5	1
4	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	2
1	4	5	4	5	2	3	4	5	5	5	2
3	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2

2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4
2	5	5	4	5	5	5	4	3	4	2	2
3	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	3
1	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
3	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	1
3	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	2
2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2
1	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
1	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1
3	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1
1	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	1
2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	2
3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2
2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	2
3	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1
1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	1
1	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	1
3	5	5	4	5	1	1	5	5	5	5	1
2	5	4	5	4	2	1	5	5	5	4	2
3	4	5	4	4	2	1	5	5	5	5	2
3	5	5	4	4	2	2	4	5	5	5	1
4	4	5	5	5	1	2	4	5	4	5	3
1	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1
3	5	4	4	4	2	3	4	5	4	5	3
2	4	4	3	5	2	3	5	5	5	5	2
3	5	5	3	4	2	3	5	5	5	5	2
2	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	2
4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	2
2	5	5	3	4	1	3	5	5	5	5	1
3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3

3. Kepercayaan (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
4	4	5	4	4	5
3	3	4	4	1	3
4	4	4	4	2	3
4	4	4	4	2	4
4	4	5	5	3	5
5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	1	5
5	5	4	4	2	5
5	5	5	5	3	5
4	4	4	4	2	4
5	5	4	5	3	5
4	5	4	5	1	5
4	4	4	4	1	4
4	4	4	4	2	4
3	2	4	4	2	4
3	5	4	4	1	5
5	5	5	5	3	5
4	4	4	4	2	4
5	5	5	5	1	5
3	3	4	3	3	4
3	3	4	4	2	4
5	5	5	5	2	4
5	5	5	5	3	5
3	3	4	5	2	3
3	4	5	5	1	4
4	4	4	4	2	4
5	3	5	5	1	5
5	5	5	5	2	5
4	4	4	4	3	4
4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	3	4
4	4	3	4	2	4

4	5	5	5	3	5
4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	2	4
4	3	4	4	1	4
5	5	5	5	3	5
5	4	4	5	2	4
5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	3	5
4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	2	4
3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	2	5
4	4	5	5	3	4
3	3	4	3	3	4
5	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	2	5
4	4	4	3	3	3
5	4	4	4	1	4
5	5	5	5	2	5
5	3	5	5	3	3
5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	1	5
5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	2	5
5	4	5	5	3	4
5	5	5	5	2	5
4	4	5	5	2	4
4	4	4	4	2	4
5	5	5	5	3	5
4	4	5	5	3	5
4	3	4	4	3	4
4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	1	5

4	4	4	4	2	3
4	4	4	4	2	3
4	4	4	4	2	5
5	5	4	4	1	5
4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	5
5	4	5	5	1	5
5	5	5	5	2	4
4	2	4	4	2	4
5	2	5	5	2	5
5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	1	5
5	5	5	5	2	5
3	2	2	4	1	4
3	5	5	5	2	3
5	5	5	5	3	5
2	4	5	5	2	5
3	5	5	5	1	5
4	4	5	5	2	5
4	4	5	5	2	4
4	4	5	5	3	4
3	4	5	5	2	4
3	3	5	5	3	5
5	5	5	5	1	5
4	5	4	3	2	5
5	5	3	5	3	4
4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	2	5
3	5	5	5	1	5
4	4	4	4	2	5

4. Minat (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	2	2	5	2
5	5	5	5	2	5	5	1
5	5	5	5	5	4	4	2
5	5	5	5	5	2	5	2
4	5	5	5	4	2	5	2
5	5	5	5	5	1	5	5
5	5	5	5	5	4	5	1
4	4	4	4	4	2	4	4
5	5	5	5	5	5	4	2
5	4	4	4	4	1	4	1
4	5	5	5	2	2	5	2
5	5	5	5	5	4	5	2
4	4	4	4	4	2	4	3
4	4	4	4	4	5	4	2
3	3	3	3	3	4	3	1
2	3	3	3	4	3	5	2
5	5	5	5	5	4	5	3
4	4	4	4	4	2	4	2
5	5	5	5	5	4	5	1
4	4	4	4	2	2	4	2
4	4	4	4	4	2	3	2
5	5	5	5	4	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	2
4	5	5	5	5	3	5	1
4	5	5	5	5	2	5	5
5	5	5	5	4	4	4	2
5	5	5	5	5	2	5	1
5	5	5	5	5	1	5	1
4	4	4	4	4	3	4	2
4	4	4	4	4	1	4	2
4	4	4	4	4	2	4	2
3	4	4	4	4	2	5	3

3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	2	4	2
5	5	5	5	5	1	4	2
4	4	4	4	3	3	4	3
5	5	4	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	2	5	1
5	4	5	5	4	1	4	4
4	4	4	4	4	2	4	2
5	5	5	5	4	2	5	5
5	5	5	5	4	1	5	1
5	5	5	5	5	3	5	4
5	5	5	5	2	1	5	1
5	5	5	5	2	2	5	2
3	2	4	4	2	2	4	2
5	5	5	5	5	2	5	2
5	5	5	5	5	5	5	1
5	5	5	5	2	4	5	2
5	5	5	5	5	1	5	1
5	5	5	5	3	2	5	2
5	5	5	5	4	1	4	5
4	5	5	5	5	2	4	1
4	5	5	4	4	3	5	3
5	4	4	5	4	2	4	3
5	5	5	5	5	1	5	5
4	4	3	5	4	3	3	2
4	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	2	5	1
5	5	5	5	5	1	5	3
5	5	5	5	2	1	5	1
5	5	5	5	5	3	3	3



Lampiran 3 Analisis Deskriptif



Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Variabel	Keterangan	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel}	Hasil Validitas
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,651	0,1663	Valid
	X1.2	0,755	0,1663	Valid
	X1.3	0,581	0,1663	Valid
	X1.4	0,286	0,1663	Valid
	X1.5	0,555	0,1663	Valid
	X1.6	0,198	0,1663	Valid
	X1.7	0,696	0,1663	Valid
	X1.8	0,772	0,1663	Valid
	X1.9	0,651	0,1663	Valid
	X1.10	0,747	0,1663	Valid
	X1.11	0,743	0,1663	Valid
	X1.12	0,742	0,1663	Valid
Kebermanfaatan	X2.1	0,296	0,1663	Valid
	X2.2	0,404	0,1663	Valid
	X2.3	0,611	0,1663	Valid
	X2.4	0,521	0,1663	Valid
	X2.5	0,590	0,1663	Valid
	X2.6	0,372	0,1663	Valid
	X2.7	0,361	0,1663	Valid
	X2.8	0,652	0,1663	Valid
	X2.9	0,552	0,1663	Valid
	X2.10	0,656	0,1663	Valid
	X2.11	0,494	0,1663	Valid
	X2.12	0,366	0,1663	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,722	0,1663	Valid
	X3.2	0,763	0,1663	Valid
	X3.3	0,725	0,1663	Valid
	X3.4	0,723	0,1663	Valid
	X3.5	0,255	0,1663	Valid
	X3.6	0,705	0,1663	Valid
Minat	Y.1	0,706	0,1663	Valid
	Y.2	0,736	0,1663	Valid

	Y.3	0,736	0,1663	Valid
	Y.4	0,692	0,1663	Valid
	Y.5	0,598	0,1663	Valid
	Y.6	0,274	0,1663	Valid
	Y.7	0,514	0,1663	Valid
	Y.8	0,264	0,1663	Valid



2. Uji Reliabilitas

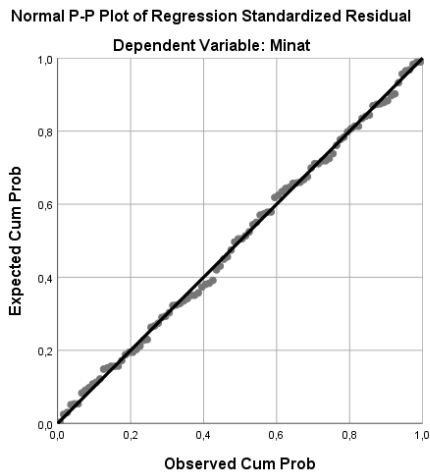
Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keteran gan
Persepsi Kemudahan (X_1)	12	0,833	Reliabel
Kebermanfaatan (X_2)	12	0,623	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	6	0,706	Reliabel
Minat (Y)	8	0,601	Reliabel



Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik



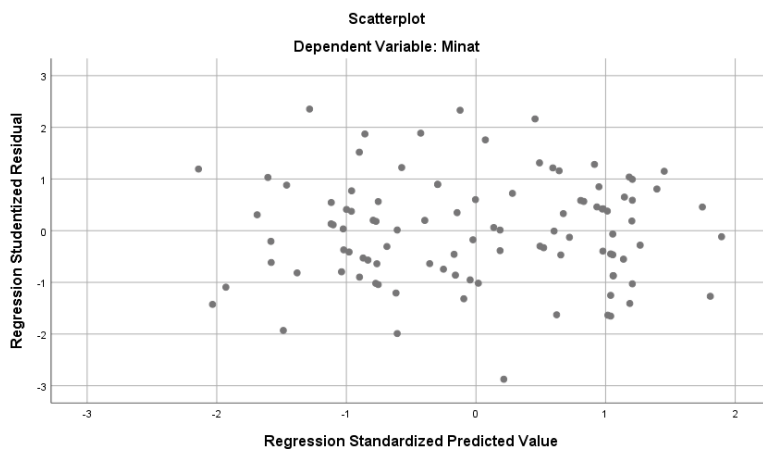
1. Hasil Uji Normalitas



2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Toleran ce	VIF	
Persepsi Kemudahan (X1)	0,482	2,073	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kebermanfaatan (X2)	0,694	1,441	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan (X3)	0,532	1,881	Tidak Terjadi Multikolinearitas

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



4. Hasil Uji Linearitas

a. Hasil Uji Linearitas Persepsi Kemudahan (X1)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Persepsi Kemudahan	Between Groups	(Combined)	644,852	18	35,825	4,868	0,000
		Linearty	511,348	1	511,348	69,478	0,000
		Deviation From Linearty	133,503	17	7,853	1,067	0,400
	Within Groups		596,148	81	7,360		
	Total		1241,000	99			

b. Hasil Uji Linearitas Kebermanfaatan (X2)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Kebermanfaatan	Between Groups	(Combined)	408,548	21	19,455	1,823	0,030
		Linearty	280,196	1	280,196	26,254	0,000
		Deviation From Linearty	128,352	20	6,418	0,601	0,900
	Within Groups		832,452	78	10,672		
	Total		1241,000	99			

c. Hasil Uji Linearitas Kepercayaan (X3)

			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<u>Minat * Kepercayaan</u>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	588,007	12	49,001	6,528	0,000
		<u><i>Linearty</i></u>	518,411	1	518,411	69,069	0,000
		<u><i>Deviation From Linearty</i></u>	69,596	11	6,327	0,843	0,598
	<i>Within Groups</i>		652,993	87	7,506		
	<i>Total</i>		1241,000	99			



Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis



1. Hasil Analisis Linier Berganda

Model		<i>Unstandarized Coefficients</i>		<i>Standarized Coefficients</i>		Sig.
		B	<i>Std. Error</i>	Beta	T	
1	(Constant)	2,600	3,112		0,836	0,405
	<u>Persepsi Kemudahan</u>	0,259	0,082	0,324	3,144	0,002
	<u>Kebermanfaatan</u>	0,105	0,068	0,132	1,532	0,129
	<u>Kepercayaan</u>	0,478	0,128	0,367	3,737	0,000

2. Hasil Uji T

Model		<i>Unstandarized Coefficients</i>		<i>Standarized Coefficients</i>		Sig.
		B	<i>Std. Error</i>	Beta	T	
1	(Constant)	2,600	3,112		0,836	0,405
	<u>Persepsi Kemudahan</u>	0,259	0,082	0,324	3,144	0,002
	<u>Kebermanfaatan</u>	0,105	0,068	0,132	1,532	0,129
	<u>Kepercayaan</u>	0,478	0,128	0,367	3,737	0,000

3. Hasil Uji F

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630,225	3	210,075	33,019	0,000 ^b
	Residual	610,775	96	6,362		
	Total	1241,000	99			

4. Hasil Uji Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,173 ^a	0,508	0,492	2,522

Lampiran 7 Surat Izin Penelitian





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

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Sutarto Sukarano 1 Telp. (0711) 701289 Bandar Lampung

Nomor : 5341 /Un 16/DE/PP-00/9004/2023 Bandar Lampung, 10 April 2023
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Eks
Perihal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,
Kepala Cabang PT Bank Syariah Indonesia Tbk
KCP Palembang A Rivai

Di -
Kota Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan pra riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut

Nama / NPM	Noor Thalita Dwipayana / 1951020166
Jurusan / Semester	Perbankan Syariah - VIII (Delapan)
Judul Skripsi	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai (Studi Kasus Pada Generasi Milenial)
Lokasi Penelitian	PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang A Rivai
Penanggungjawab	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Saudara bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

An Dekan
Dekan I

 Koordinator SE, M.SI
 19750494 200212 1001

03 Juli 2023
 No 03/1023-3/010
 Lampiran -

BSI BANK SYARIAH
 INDONESIA

PT Bank Syariah Indonesia Tbk
 Kawasan Khusus Palaribung Palembang A. Rivai
 Jl. Masjid Raya Palembang, Palembang
 Sumatera Selatan No. 112 801 Gunung Pagar
 Palembang
 T. (011) 223.9377
 F. (011) 223.9355
 www.bankbsi.co.id

Kepada
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Universitas Islam Negeri Raden Intan
 Lampung

Perihal **IZIN PENELITIAN MAHASISWI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

Ref Surat UIN Raden Intan Lampung No 3375/In 16/GE/PP/00.004/2023 Perihal Mohon Izin Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh jajaran senantiasa dalam keadaan sehat walafiat dan mendapat taufik serta hidayah dan Allah SWT.

Menunjuk perhal dan referensi di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa praktik penelitian mahasiswa/dari UIN Raden Intan disetujui dengan data sebagai berikut

No.	Nama	Universitas/Perguruan Tinggi	NPM	Penempatan
1	Noor Thalina Dwiyanana	UIN Raden Intan	1951020166	KCP PLG A. Rivai

Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh peserta praktik magang dan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Peserta harus mematuhi UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Indonesia yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta harus mematuhi SPO HC perhal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Quisioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi, program studi S1 - S3 dan praktik kerja/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskan kepada pihak lain.
4. Peserta tidak diperkenankan menyalin (photocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta akan di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
6. Setelah melaksanakan magang peserta menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil magang yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Indonesia.
7. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).
8. Sebelum melaksanakan magang, peserta **wajib** melakukan Swab Antigen/Swab PCR (biaya pribadi) dan mematuhi protokol kesehatan selama pelaksanaan magang.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami mengucapkan terima kasih
 Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
 KCP PALEMBANG A. RIVAI

Ardi Susanto
 Branch Manager

BSI BANK SYARIAH
 INDONESIA



Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian







PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEBERMANFAATAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk KCP PALEMBANG A RIVAI

ORIGINALITY REPORT

19%	16%	10%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
3	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
5	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
6	Novrida Qudsi Lutfillah, Aprilia Erlin Ndapa. "Determinants Of Individual Taxpayer Compliance: Motivation, Level Of Education, And Tax Sanctions", JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review), 2022 Publication	1%

Submitted to UIN Raden Intan Lampung

7	Student Paper	1 %
8	123dok.com Internet Source	1 %
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1 %
10	ps.febi.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
12	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	1 %
13	Sri Ismulyaty, Nurmaini, May Roni. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA INTERNET BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI KALIREJO)", NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah, 2022 Publication	1 %
14	Submitted to Universitas Musamus Merauke Student Paper	1 %
15	Ahmad Ulil Albab, Saifudin Zuhri. "Pengaruh manfaat, pengetahuan, dan edukasi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah", Li Falah : Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019	1 %

Publication

16	journal.iainlangsa.ac.id Internet Source	1 %
17	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1 %
18	www.embiss.com Internet Source	1 %
19	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
20	unars.ac.id Internet Source	<1 %
21	e-jurnal.nobel.ac.id Internet Source	<1 %
22	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
23	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	<1 %
24	Submitted to Politeknik Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
25	e-theses.iaincurup.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.umj.ac.id	



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN**

R. Lelaki H. Endro-Surabaya, Nakasama 1, Bandar Lampung 35111
Telp: (0721) 788807-78221 Fax: 780422 Website: www.uinradenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 1356 /Un.16 / P1 /KT/ X/ 2023

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
NIP : 197300291990031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menyatakan Bahwa Berikut Dengan Judul :

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEBERMANTAAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING PADA PT BANK SYARIAH
INDONESIA Tbk KCP PALEMBANG A RIVAL**
Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
NOOR THALINA DWIPAYANA	1951020166	FERI/ PS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 19 % dan dinyatakan Lulus dengan bukti terlampir.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandar Lampung, 09 Oktober 2023
Kepala Pusat Perpustakaan

Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
NIP.197300291990031003

Ket:

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