

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN
M-BANKING SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**INSI LUFTIAH HASIBUAN
NIM. 19 401 00022**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN
M-BANKING SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

INSI LUFTIAH HASIBUAN

NIM. 19 401 00022

PEMBIMBING I

Sarmiana Batubara, M.A.
NIP. 198603272019032012

PEMBIMBING II

Sry Lestari, S,H,I.,M.EI
NIP. 198905052019032008

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023

Hal : Skripsi
a.n. **Insi Luftiah Hasibuan**

Padangsidempuan, 20 September 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Insi Luftiah Hasibuan** yang berjudul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Sarmiana Bazubara, M.A
NIP. 198603272019032012

PEMBIMBING II



Sry Lestari, S.H.I., M.E.I
NIP. 19890505209032008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Insi Luftiah Hasibuan**
NIM : 19 401 00022
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking Syariah**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 25 September 2023
Saya yang Menyatakan,



Insi Luftiah Hasibuan
NIM. 19 401 00022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Syahada Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : INSI LUFTIAH HASIBUAN
NIM : 19 401 00022
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking Syariah**” Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN Syahada Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : September 2023

Saya yang menyatakan,



INSI LUFTIAH HASIBUAN

NIM. 19 401 00022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Insi Luftiah Hasibuan
NIM : 1940100022
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* Syariah.

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

Sekretaris

Sarmiana Batubara, M.A
NIDN. 2127038601

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIDN. 2012058401

Sarmiana Batubara, M.A.
NIDN. 2127038601

Udi Aini, M.E
NIDN. 2025128903

Indah Permata Sari, M.Si
NIDN. 2024059302

Pelaksanaan Sidang : Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 12 Oktober 2023
Pukul : 09.00 s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 72 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.57 (Tiga Koma Lima Tujuh)
Predikat : Cukup/Baik/Amat Baik/Cumlaude



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN
M-BANKING SYARIAH.**

NAMA : **INSI LUFTIAH HASIBUAN**

NIM : **19 401 00022**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 27 Oktober 2023

Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : INSI LUFTIAH HSB

NIM : 19 401 00022

Judul Skripsi: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking Syariah

Mobile banking dapat mempermudah berbagai transaksi dan juga menghemat waktu. Nasabah tidak perlu datang ke bank sekedar hanya ingin bertransaksi seperti transfer, cek saldo dan lain-lain. Adanya *mobile banking* dirancang untuk memudahkan masyarakat sebagai pengguna. Namun, masyarakat yang bertransaksi melalui *mobile banking* masih minim menggunakan *m-banking* tersebut. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan *mobile banking* serta kecemasan akan penggunaannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking* syariah, untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* syariah dan untuk mengetahui pengaruh persepsi kredibilitas terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer sebanyak 100 sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket/kuesioner, wawancara dan metode dokumentasi. Analisis data yang digunakan, uji validitas, uji reliabilitas, uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), uji koefisien determinasi (R^2) dan data di olah menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS versi 23. Hasil penelitian secara parsial uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($7.408 > 1.66088$), pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kemudahan memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($4.753 < 1.66088$), artinya persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan, persepsi kredibilitas memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($6.414 < 1.66088$), artinya persepsi kredibilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil penelitian secara simultan (uji F) menyatakan bahwa pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas memiliki $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($376.487 > 2.14$), artinya pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah.

Kata Kunci: Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kredibilitas, Minat, M-banking, Bank Syariah.

ABSTRACT

Name : INSI LUFTIAH HSB

NIM : 19 401 00022

Thesis Title: Analysis of Factors Influencing Public Interest in the Use of Sharia M-Banking

Mobile banking can facilitate various transactions and also save time. Customers do not need to come to the bank just want to make transactions such as transfers, balance checks and others. The existence of mobile banking is designed to facilitate the public as users. However, people who transact through mobile banking still use the m-banking minimally. This happens because of the lack of public knowledge about the use of mobile banking and anxiety about its use. The purpose of this study is to determine the influence of knowledge on public interest in using Islamic M-banking, to determine the influence of convenience perception on public interest in using Islamic mobile banking and to determine the influence of perceived credibility on interest in using Islamic m-banking. This research is a quantitative study using primary data of 100 samples. Data collection techniques used are through questionnaires, interviews and documentation methods. Analysis of the data used, validity test, reliability test, simultaneous test (F test), partial test (t test), coefficient of determination test (R²) and data processed using statistical tools, namely SPSS version 23. The results of the partial t-test showed that the knowledge variable had a $t_{count} < t_{table}$ ($7.408 > 1.66088$), knowledge had a significant influence on interest in using, the perception of ease of having $t_{count} < t_{table}$ ($4.753 < 1.66088$), meaning that the perception of convenience had a significant influence on the interest in using, the perception of credibility had a t_{count} of $t_{table} <$ ($6.414 < 1.66088$), meaning that the perception of credibility had a significant influence on interest in using. The results of the study simultaneously (test F) stated that knowledge, perception of convenience and perception of credibility have $F_{calculate} > F_{table}$, namely ($376,487 > 2.14$), meaning that knowledge, perception of convenience and perception of credibility simultaneously have an influence on interest in using Islamic m-banking.

Keywords: Knowledge, Perception of Convenience, Perception of Credibility, Interest, M-banking, Islamic Bank.

تجريدي

الاسم : انسى لطفية HSB

تاريخ النشر : ١٩ ٤٠١ ٢٢ ٠٠٠

عنوان الرسالة: تحليل العوامل المؤثرة على المصلحة العامة في استخدام الشريعة المصرفية عبر الهاتف المحمول

يمكن للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تسهيل المعاملات المختلفة وتوفير الوقت أيضا. لا يحتاج العملاء إلى القدوم إلى البنك فقط يريدون إجراء معاملات مثل التحويلات وشيكات الرصيد وغيرها. تم تصميم وجود الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لتسهيل الجمهور كمستخدمين. ومع ذلك ، لا يزال الأشخاص الذين يتعاملون من خلال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يستخدمون الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول إلى الحد الأدنى. يحدث هذا بسبب نقص المعرفة العامة حول استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والقلق بشأن استخدامها. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير المعرفة على المصلحة العامة في استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول ، وتحديد تأثير إدراك الملاءمة على المصلحة العامة في استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول وتحديد تأثير المصادقية المدركة على الفائدة في استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول. هذا البحث عبارة عن دراسة كمية باستخدام البيانات الأولية ل ١٠٠ عينة. تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي من خلال الاستبيانات والمقابلات وطرق التوثيق. تحليل البيانات المستخدمة ، اختبار الصلاحية ، اختبار الموثوقية ، الاختبار المتزامن (اختبار F) ، الاختبار الجزئي (اختبار t) ، اختبار معامل التحديد (R2) والبيانات المعالجة باستخدام الأدوات الإحصائية ، وهي SPSS الإصدار ٢٣. أظهرت نتائج اختبار t الجزئي أن متغير المعرفة كان له $tcount < ttable (7.408 >$ ، وكان للمعرفة تأثير معنوي على الاهتمام باستخدام ، وإدراك سهولة وجود $tcount < ttable (4.753 <$ ، بمعنى أن إدراك الملاءمة كان له تأثير كبير على الاهتمام باستخدام ، وكان لإدراك المصادقية $tcount < ttable (6.414 <$ ، مما يعني أن إدراك المصادقية كان له تأثير كبير على الاهتمام باستخدام. وأظهرت نتائج الدراسة في وقت واحد (اختبار F) أن المعرفة وإدراك الملاءمة وإدراك المصادقية لها $F_{calculate} > F_{table}$ ، أي (٣٧٦,٤٨٧ < ٢,١٤) ، مما يعني أن المعرفة وإدراك الملاءمة وإدراك المصادقية في وقت واحد لها تأثير على الاهتمام باستخدام الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، إدراك الملاءمة، إدراك المصادقية، الفائدة، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، البنك الإسلامي.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah *Subhanahu Wa Ta`ala*, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan peneliti skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insanmulia Nabi Muhammad *Shallallahu `Alaihi WaSallam*, *figure* seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani, dan yang telahmembawaajaran Islam bagiseluruhpenghunialam.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sei Kanan, Kabupaten Labuhanbatu Selatan)”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag

selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Irkwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dr. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah serta bapak/ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam seluruh civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Sarmiana Batubara, M.A selaku Pembimbing I dan Ibu Sry Lestari, S.H.I, M.E.I., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum. selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan..
7. Teristimewa kepada kedua ibu bapak tercinta Ayahanda Zul Efdi Arifin Hsb dan Ibunda tercinta Tarawiyah Siregar yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah *Subhanahu Wa Ta`ala* senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, dan tak lupa kepada kakanda Firman Syahputra Hsb serta kedua kakak saya seri hizzayanti hsb dan khadijah rahayu hsb yang selalu memberi saya semangat dan motivasi dan para kerabat dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberi bantuan doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah 1 dan mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama untuk sahabat-sahabat saya Laura Cahyani Samosir, Nurcahaya Siregar, Masitoh dan sahabat satu musyriyah F3 Emanawati, Eka Puspita Sari, Lina Wandira dan Annisah Maysarah dan tak lupa juga organisasi yang sudah memberikan saya banyak ilmu dan pengalaman yaitu HMI Komisariat Ekonomi Islam yang paling utama kak aisyah tercinta dan kak widya wanita terkuat yang selalu memberi

semangat kepada saya, HMPPS dan Permai Labusel yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya Skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang takter hingga kepada Allah *SubhanahuWaTa`ala*, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 2023

Peneliti,

INSI LUFTIAH HSB
NIM. 1940100022

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbailk di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau difotong.

- a. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dommah	U	U

- b. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	Fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
.....ا.....	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua yaitu :

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

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

9. Tajwid

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PENGESAHAN DEKAN/DIREKTUR	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
تجريدي.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	12

1. Minat	12
a. Pengertian Minat	12
b. Indikator Minat.....	13
1) Minat Transaksional.....	13
2) Minat Preferensial	13
3) Minat Eksploratif	13
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat	13
2. M-Banking	14
a. Pengertian <i>M-banking</i>	14
b. Kekurangan <i>M-banking</i>	17
c. Kelebihan <i>M-banking</i>	18
3. Pengetahuan	18
a. Pengertian Pengetahuan	18
b. Pengetahuan Tentang Manfaat Produk	20
c. Indikator Pengetahuan.....	20
4. Persepsi Kemudahan	21
a. Pengertian Kemudahan	21
b. Indikator Kemudahan.....	22
5. Persepsi Kredibilitas	23
a. Pengertian Kredibilitas.....	23
b. Indikator Persepsi Kredibilitas.....	24
6. Bank Syariah	25
a. Pengertian Bank Syariah	25
b. Landasan Hukum Bank Syariah.....	26
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis Penelitian	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
B. Jenis Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
D. Sumber Data	33
1. Data Primer	33
2. Data Sekunder	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Observasi.....	34
2. Angket	34
F. Uji Instrument	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	48
G. Uji Hipotesis	39
1. Uji Determinasi (R^2).....	39

2. Uji T (Parsial).....	39
3. Uji F (Simultan)	40
H. Analisis Data	40
1. Uji Asumsi Dasar	40
a. Uji Normalitas	40
b. Analisis Deskriptif	41
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Multikolinearitas	41
b. Uji Heteroskedastisitas.....	41
3. Analisis Regresi Berganda.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Sei Kanan	44
1. Data Demografi Kec. Sei Kanan Kan.Labusel	44
a. Profil Kecamatan Sei Kanan	44
b. Letak dan Keadaan Wilayah	45
B. Deskripsi Karakter Data Responden	46
1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	47
C. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Uji Instrumen	47
a. Hasil Uji Validitas.....	47
b. Hasil Uji Reliabilitas	49
D. Hasil Uji Hipotesis.....	51
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
2. Uji Parsial (uji t).....	52
3. Uji Simultan (Uji F)	54
E. Analisis Data	55
a. Uji Asumsi Dasar	55
a. Uji Normalitas	55
b. Analisis Deskriptif.....	56
F. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Multikolineariats	57
b. Uji Heteroskedasitas.....	58
G. Analisis Regresi Berganda.....	59
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan <i>m-banking</i> syariah	60
2. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan <i>m-banking</i> syariah	62
3. Pengaruh pengetahuan terhadap minat menggunakan <i>m-banking</i> syariah	63
4. Pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas terhadap minat menggunakan <i>m-banking</i> syariah.....	64
I. Keterbatasan Penelitian	65

BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Masyarakat Menggunakan <i>M-Banking</i> Syariah.....	4
.....	
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	6
.....	
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel III.1 Jumlah Masyarakat Kecamatan Sei Kanan Pada Tahun 2022	32
Tabel III.2 Skala Pengukuran.....	35
Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel IV.2 Responden Berdasarkan usia	47
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pengetahuan (X1).....	47
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Persepsi Kemudahan (X ₂).....	48
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Persepsi Kredibilitas (X ₃)	48
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat Menggunakan (Y)	49
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1).....	49
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X2)	50
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kredibilitas (X3).....	50
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan (Y).....	51
.....	
Tabel IV. 11 Hasil Koefisien Uji Determinasi (R ²)	52
Tabel IV.12 Hasil Uji T (Parsial).....	52
Tabel IV.13 Hasil Uji F (Simultan).....	54
Tabel IV.14 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel IV.15 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	56
Tabel IV.16 Hasil Uji Multikolinearitas	57

Tabel IV.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel IV.18 Hasil Analisis Regresi Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Kerangka Pikir

Gambar II.2 Dokumentasi

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabulasi Data

Lampiran 2: Uji Instrument

Lampiran 3: Uji Hipotesis

Lampiran 4: Tabel t

Lampiran 5: Tabel F

Lampiran 8: Data Jumlah Masyarakat Kecamatan Sei Kanan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat industri perbankan bersaing ketat dalam inovasi produk dan layanan elektronik perbankan. Kemampuan manajemen dalam mengadopsi teknologi baru sangat menentukan tingkat keberhasilan dalam pengembangan inovasi layanan. Banyaknya jumlah bank kian meningkat persaingan termaksud juga yang ada di Indonesia, hal ini menyebabkan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan berupaya untuk memberikan nilai lebih kepada nasabah melalui pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Dalam dunia perbankan saat ini, *M-Banking* merupakan salah satu *delivery Channel* untuk melakukan transaksi perbankan, seperti transfer uang, mengetahui saldo, membayar tagihan, hingga membeli pulsa (Top Up Voucher). Penggunaan *M-Banking* dapat menghemat waktu nasabah dalam berinteraksi, nasabah tidak perlu datang ke Bank secara langsung, karena *M-Banking* memberikan pelayanan selama 24 jam. Nasabah bisa melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun asal tersedia jaringan internet bahkan ketika kantor bank sudah tutup.¹

Lembaga perbankan Indonesia mulai menyelenggarakan kegiatan perbankan berbasis internet sejak pertengahan tahun 1998. Saat ini perbankan pelayanan perbankan berbasis teknologi dapat berupa internet banking, *M-Banking* maupun penggunaan *Automatik Teller Machine* (ATM). Layanan *M-*

¹Sari, dkk, "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 12, No. 2 (2021): hlm. 89.

Banking Bank Syariah termuat pada peraturan bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang penerapan manajemen risiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh bank umum dan juga termuat pada undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.² *M-Banking* merupakan layanan jasa yang menggunakan teknologi dan informasi. *M-Banking* atau biasa disebut *e-banking* merupakan suatu pelayanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan memudahkan kegiatan perbankan.

Berbagai kemudahan yang bisa digunakan dalam *BSI mobile* seperti info rekening, transfer, pembayaran, pembelian, QRIS, E-rekening. Dengan adanya berbagai fitur di dalam *mobile banking* tersebut, diharapkan dapat mempermudah berbagai transaksi nasabah. Terutama pada era digitalisasi ini berbagai transaksi dapat dilakukan secara digital, tanpa harus mendatangi bank, ATM, bahkan agen-agen seperti BRILink. Hal yang terjadi di masyarakat pada saat ini ialah kererbatasan pengetahuan mengenai digital banking terutama pada *mobile banking*. Masyarakat masih suka dengan kebiasaan lama yaitu bertransaksi secara langsung atau datang ke bank.

Menurut Jogiyanto minat perilaku adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Artinya bahwa minat seseorang untuk melakukan sesuatu dapat diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. adapun indikator minat yaitu minat transaksional, minat preferensial, minat referensial dan minat eksploratif.

²Resita dan Baridwan, "Determinan Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Accpetance Model (TAM) Studi Pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking Di Kabupaten Lamongan," (Skripsi, Universitas Brawijaya, 2015), hlm. 20.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat di antaranya yaitu pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan dan kredibilitas. Persepsi pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Berarti bahwa ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat mengolah informasi dengan baik. Pengetahuan menurut Notoadmodjo merupakan hasil penginderaan manusia, atau hasil seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung telinga, dan sebagainya).³ Pengetahuan merupakan berbagai informasi serta pengalaman mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.⁴

Menurut Jogiyanto Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Fusilier dan Durlabhji menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan yaitu merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi guna melakukan kegiatan yang diinginkan, dapat berinteraksi dengan teknologi *mobile commerce* tanpa memerlukan usaha yang besar.⁵ Konsep persepsi kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna. Kemudahan menggunakan *mobile banking* yang telah disediakan oleh bank mudah untuk

³Soekidjo Notoadmodjo, *Metode Penelitian Kesehatan Edisi Revisi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 10.

⁴Donni Juni, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 130.

⁵Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm. 5.

dipahami dan mudah untuk digunakan sehingga akan mengurangi usaha nasabah untuk mempelajari bagaimana cara berinteraksi menggunakan *mobile banking*.⁶

Persepsi kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. Persepsi kredibilitas didefinisikan oleh Wang et al sebagai perilaku dimana seseorang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman yang akan mempengaruhi penerimaan mereka terhadap suatu sistem teknologi. Keamanan kepada perlindungan informasi atau sistem pengguna dari penipuan atau tindak kejahatan lainnya.⁷

Tabel I.1
Jumlah Masyarakat Menggunakan *M-banking*

No.	Desa/kelurahan	Jumlah Menggunakan M-Banking
1.	Langgapayung	15
2.	Sabungan	7
3.	Hajoran	8
4.	Huta Godang	5
5.	Sampean	4
6.	Marsonja	5
7.	Parimburan	2
8.	BT. Nadenggan	3
9.	Ujung Gading	4
	Jumlah	53

Sumber: Hasil Angket/Kuesioner

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti kepada salah satu masyarakat yang menggunakan aplikasi *mobile banking* di Kec. Sei Kanan. Salah satu faktor yang mendasar bagi masyarakat dalam menggunakan *m-banking* yaitu pengetahuan, pengetahuan adalah segala sesuatu yang ada di kepala kita. Menurut

⁶Fusilier, Marcelline And Durlabhji, "An Exploration Of Student Internet Use In India (The Technology Acceptance Model And The Theory Of Planned Behavior," *Journal Of Marketing*, Vol. 22, No. 4 (2005).

⁷Wang, Y.S, Wang Y,M, Lin, H.H., And Tang, "Determinan Of User Acceptance Of Internet Banking: An Empirical Study. *International Journal Of Service Industry Management*," *Online Journal Form Proquest*, Vol. 14, No. 501.

kamus bahasa Indonesia pengetahuan yakni segala sesuatu yang diketahui, kepandaian. Maka dari itu di sinilah peran perbankan syariah untuk mulai memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang sistem transaksi yang ada di perbankan syariah, mulai dari prinsip-prinsip yang digunakan dalam melakukan transaksi, produk-produk yang ada di bank syariah.

Meskipun bank syariah di Indonesia ini telah menyediakan aplikasi seperti *m-banking* untuk melakukan transaksi agar lebih efisien akan tetapi pada kenyataan dilapangan setelah observasi masih minimnya masyarakat yang menggunakan *m-banking* yaitu dengan jumlah 53 orang saja dan masyarakat lebih memilih datang ke bank mengantri untuk melakukan transaksi seperti setor tunai dan lain-lain dibandingkan menggunakan *m-banking* tersebut.

Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk meneliti dan mengangkat permasalahan tersebut dalam sebuah karya ilmiah dengan “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking Syariah.**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang ada pada minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* syariah terhadap pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas.

1. Pengetahuan yang dimiliki masyarakat sudah cukup memadai namun dalam melakukan transaksi *mobile banking* masyarakat belum mengetahui bagaimana cara menggunakan *mobile banking* tersebut.

2. Kemudahan penggunaan *mobile banking* sangat mudah digunakan namun masyarakat belum bisa menggunakan *mobile banking* tersebut dikarenakan masyarakat menganggap sulit untuk mengaplikasikannya.
3. Persepsi kredibilitas yang sangat aman dan terjamin namun masyarakat kurang percaya dengan keamanan yang dimiliki *mobile banking* tersebut.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini sebatas mampu menyajikan masalah secara wajar, tuntas dan mendalam maka peneliti memandang penelitian yang diangkat dibatasi variabelnya.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Pengetahuan (X ₁)	Pengetahuan merupakan berbagai informasi serta pengalaman mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pemakaian 3. Pengetahuan pembelian. 	Ordinal
Persepsi kemudahan (X ₂)	Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem 2. Mudah untuk dipelajari dan dimengerti 3. Fleksibel (<i>flexible</i>) 	Ordinal

⁸ Wang, Y.S, Wang Y.M, Lin, H.H., And Tang, hlm. 54.

	maka ia akan menggunakannya. ⁹		
Persepsi Kredibilitas (X ₃)	Persepsi kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna. ¹⁰ Persepsi kredibilitas diartikan tingkat di mana kepercayaan seseorang terhadap bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Besarnya risiko 2. Jaminan keamanan data pribadi 3. Kebutuhan transaksi 	Ordinal
Minat menggunakan <i>M-banking</i> (Y)	Menurut Jogiyanto. ¹¹ minat perilaku (<i>behavioral intention</i>) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat eksploratif 2. Minat preferensial 3. Minat transaksional¹² 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas selanjutnya permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking* Syariah?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking* Syariah?

⁹Sati dan Ramaditya, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Methland Card)," (Skripsi, STIEI, 2020), hlm. 34.

¹⁰Istiarni dan Hadiprajitmo, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening," *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 3, No. 2 (2014): hlm. 165.

¹¹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, hlm. 29.

¹² Jogiyanto, hlm. 56.

3. Apakah persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking* Syariah?
4. Apakah pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking* Syariah?

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *M-banking* Syariah. Maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *m-banking* syariah
2. Untuk mengetahui persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *m-banking* syariah
3. Untuk mengetahui persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *m-banking* syariah
4. Untuk mengetahui pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *m-banking* syariah.

G. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap bahwa kegiatan penelitian dalam penulisan ini akan bermanfaat bagi penulis maupun pihak lain. Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini maka akan dapat menambah pengetahuan mengenai minat masyarakat Kec. Sei Kanan, Kab labusel dalam menggunakan *M-banking* Syariah.

2. Bagi praktisi

Bagi lembaga keuangan syariah, penelitian ini dapat menjadi pedoman penggunaan sistem teknologi informasi *M-banking* Syariah.

3. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini untuk menambah ilmu pengetahuan dan dapat dimanfaatkan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai *M-banking* Syariah dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *mobile banking*.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pencarian berdasarkan permasalahan yang ada, peneliti menggunakan sistematika pembahasan. Hal ini di maksudkan agar laporan penelitian yang sistematis, jelas dan dapat dipahami.

BAB I PENDAHULUAN Bab ini merupakan pengenalan dan penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Pembahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah yang telah ditentukan akan membahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi, dan lembaga terkait.

BAB II LANDASAN TEORI yang membahas teori-teori dan penelitian sebelumnya yang mendasari penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Kemudian teori-teori yang berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN Bab ini akan dipaparkan yaitu berupa pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna untuk

memperlancar pelaksanaan penelitian. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV GAMBARAN UMUM & HASIL PENELITIAN di dalamnya memuat tentang deskripsi data penelitian, hasil analisis penelitian dan pembahasan penelitian. Secara umum, mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan dalam metode penelitian sehingga memperoleh hasil analisa yang akan dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

BAB V PENUTUP di dalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Menurut kamus besar Indonesia (KBBI), minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan. Minat merupakan gambaran sifat dan sikap ingin memiliki sesuatu. Minat juga diartikan kecenderungan hati yang tinggi terhadap keinginan yang kuat untuk melakukan sesuatu. Minat merupakan rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.¹³

Minat mempunyai hubungan erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk mengikuti atau pada suatu yang diminatinya.¹⁴ Minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.¹⁵ Dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu tindakan atau keinginan yang datang dari diri sendiri untuk melakukan kegiatan yang diinginkan.

¹³Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 16.

¹⁴Fahmi Gunawan, dkk, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), hlm. 82.

¹⁵Muhibbin, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hlm. 42.

b. Indikator minat

Indikator minat menurut dapat diukur dengan berbagai indikator. Secara umum indikator tersebut berkenaan dengan empat dimensi pokok yaitu:¹⁶

1) Minat Transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk yang dihasilkan perusahaan, yang didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Dalam minat transaksional ini konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang diinginkannya.

2) Minat Preferensial

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensial utama terhadap produk-produk tersebut. preferensial ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensial tersebut.

3) Minat Eksploratif

Merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu:¹⁷

¹⁶Muhibbin, hlm. 17.

¹⁷Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 205.

- 1) Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya. Aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggapnya, dan lain-lain.
- 2) Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa saja yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial eknomi rendah.
- 3) Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.
- 4) Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.

2. *M- Banking*

a. Pengertian *M-Banking*

Sesuai aturan otoritas jasa keuangan No. 12/POJK.03/2018 Tahun 2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum diterangkan bahwa *M-Banking* merupakan bagian dari bank digital. *M-Banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank bertransaksi melalui perangkat elektronik yaitu berupa ponsel atau *smartphone*. Layanan *M-Banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh atau diinstal oleh nasabah. *M-Banking* hanya dapat di akses melalui aplikasi yang sudah disediakan oleh bank melalui ponsel

M-Banking merupakan layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan transaksi perbankan

melalui ponsel. Jika dibandingkan dengan *e-banking*, perkembangan *M-Banking* dapat dikatakan paling cepat karena layanan yang ada pada *M-Banking* dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat pada saat ini. Semua transaksi dapat dilakukan sendiri atau dalam genggamannya.

M-Banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memberi kemudahan dalam bertransaksi, serta untuk memenuhi keinginan pasar. Berbagai layanan yang digunakan dalam *M-Banking* seperti transfer antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, angsuran kredit rumah, mobil, listrik, atau pinjaman apa pun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil dan transaksi non-finansial lainnya. Apabila nasabah menggunakan *M-Banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus memasukkan *User-ID* dan *password* untuk *login*, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi.

Terdapat beberapa fitur yang terdapat pada *M-Banking* selain transfer antar rekening, pembayaran seperti tagihan listrik, telepon dan sebagainya. Dapat juga melakukan pembelian *voucher* dan informasi rekening. Pada aplikasi *M-Banking* juga dapat melakukan pembayaran zakat sehingga mempermudah nasabah dalam kegiatan sehari-hari. Terdapat juga beberapa fitur islami seperti arah kiblat, al-qur'an digital dan beberapa fitur pendukung lainnya yang berkaitan dengan keagamaan.

Menurut Wulandari *mobile banking* secara umum saat ini dapat digolongkan menjadi 3 golongan:¹⁸

1. *Informational* (bersifat memberi informasi)

Di dalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai produk-produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Risiko yang mungkin terjadi ialah perubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah deface). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut.

2. *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, perubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank.

¹⁸Wulandari dan Moeliono, "Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, Vol. 10, No. 2 (2017): hlm. 98.

3. *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka resiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke *account* di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

b. Kekurangan *M-Banking*

Dalam penggunaan aplikasi *M-Banking* terdapat beberapa kekurangan di antaranya.

- 1) Rentan akan terjadinya penipuan *smishing* *Smishing* merupakan kejahatan yang dilakukan dengan cara mencuri data pribadi seseorang untuk masuk ke dalam *account* keuangan pribadi seseorang lalu mencuri uang dengan jumlah yang besar.
- 2) Fitur keamanan melalui koneksi yang terenkripsi bisa di *hack* saat telepon nasabah di curi. Hal tersebut terjadi misal nya telepon seluler nasabah hilang atau di curi orang lain, maka telpon akan di *hack* sehingga kejahatan pun dapat terjadi.

c. Kelebihan *M-Banking*

Berikut adalah kelebihan dari penggunaan *M-Banking* dapat dirincikan sebagai berikut:

- 1) Mudah di akses meskipun koneksi internet lambat
- 2) Jangkauan koneksi lebih luas dibandingkan dengan menggunakan internet banking
- 3) Fitur yang ditampilkan mudah dipahami dan sederhana.
- 4) Biaya yang digunakan relatif lebih rendah dibandingkan menggunakan internet banking.
- 5) Aman dan meminimalisir risiko penipuan.
- 6) Memudahkan nasabah dalam jangkauan bank
- 7) Dapat di akses 24 jam sehari.

3. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan merupakan informasi yang disimpan dalam ingatan, pengetahuan konsumen merupakan himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar.¹⁹ Pengetahuan merupakan berbagai informasi serta pengalaman mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.²⁰

Pengetahuan merupakan hasil dari mengingat suatu hal, termasuk mengingat kembali kejadian yang pernah dialami baik secara sengaja

¹⁹Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020), hlm. 15.

²⁰*Ibid*, hlm. 15.

maupun tidak sengaja dan terjadi setelah melakukan pengamatan terhadap objek tertentu.²¹

Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian. Apa yang akan dibeli, berapa banyak, di mana membeli dan kapan membelinya tergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. pengetahuan konsumen dapat diartikan sebagai informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen.²² Jenis-jenis Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen terbagi menjadi tiga yakni sebagai berikut.²³

1) Pengetahuan Atribut Produk

Seorang konsumen melihat atau menilai suatu produk berdasarkan karakteristik atas ciri atau atribut produk tersebut. dengan pengetahuan mengenai informasi terhadap atribut produk maka akan mempengaruhi seorang dalam melakukan pengambilan keputusan. Atribut suatu produk dibedakan menjadi dua yakni:

2) Atribut Fisik

Digambarkan dengan ciri-ciri fisik dari suatu produk, misalnya ukuran suatu produk *gadget* meliputi lebar, panjang, dan ketebalan dalam mm.

²¹Syahriyal, "Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 4, No. 1 (2018): hlm. 139-156.

²²Yuniarty, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), hlm. 102.

²³Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 76.

3) Atribut Abstrak

Menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

b. Pengetahuan tentang Manfaat Produk

Pengetahuan mengenai manfaat sangat penting untuk konsumen, karena pengetahuan akan mempengaruhi kepuasan pengguna. Persepsi tentang seberapa jauh produk, orang, atau jasa tertentu akan memberikan manfaat tertentu. Pengetahuan manfaat produk terbagi menjadi dua yaitu:

- 1) Manfaat fungsional yaitu manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis seperti minum air putih akan menghilangkan haus.
- 2) Manfaat psikososial meliputi berbagai aspek sosial seperti perasaan, emosi, dan *mood* dan aspek sosial seperti persepsi konsumen terhadap cara pandang orang lain terhadap dirinya, yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk tersebut.

c. Indikator Pengetahuan

Menurut Yuniarti pengetahuan konsumen dapat diukur melalui tiga indikator yaitu:²⁴

- 1) Pengetahuan produk
- 2) Pengetahuan pemakaian
- 3) Pengetahuan pembelian

²⁴ Yuniarty, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik*, hlm. 130.

4. Persepsi Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Persepsi kemudahan diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha mental dan fisik. Persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya.²⁵ Kemudahan penggunaan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam. Kemudahan merupakan anugerah Allah SWT, diberikan agar manusia tekun dan bersemangat dalam menjalankan ajaran agama, terutama dalam keadaan sulit.

Kemudahan penggunaan mendefinisikan seberapa besar teknologi informasi relatif lebih mudah untuk dipahami dan digunakan. Untuk menghindari penolakan dari masyarakat atas layanan yang dikembangkan, maka layanan tersebut harus mudah diaplikasikan oleh penggunanya tanpa harus mengeluarkan usaha yang memberatkan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara konsumen dengan sistem juga dapat menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan.

Dalam konteks *M-Banking*, kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana *M-Banking* memberikan kemudahan bagi penggunanya. Semakin mudah teknologi digunakan maka semakin tinggi manfaat yang

²⁵ Yuniarty, hlm. 47.

diharapkan dari teknologi tersebut terkait dengan peningkatan kinerjanya.²⁶ Dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya.

b. Indikator Kemudahan

Menurut Davis dalam memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu:²⁷

1) Mudah untuk dipelajari (*easy to learn*)

Mobile banking diindikasikan tidak sulit untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi *mobile banking*, orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tata cara transfer uang, pengecekan saldo ataupun transaksi lainnya dalam waktu singkat. Sehingga untuk pemakaian *mobile banking* selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam menggunakannya. *Mobile banking* yang mudah dipelajari akan memudahkan orang dalam penggunaannya.

2) Tidak dibutuhkan banyak usaha

Penggunaan *mobile banking* diindikasikan bahwa tidak dibutuhkan banyak usaha, maksudnya yaitu tidak banyak pengorbanan yang dilakukan ketika menggunakan *mobile banking*, nasabah tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak perlu menunggu antrian yang

²⁶Yuniarty, hlm. 58.

²⁷Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)," *Competence : Journal Of Management Studies*, Vol. 8, No. 1 (2014): hlm. 132.

panjang, sehingga tidak akan mengganggu aktivitas yang sedang dilakukannya.

3) Fleksibel (*flexibel*)

Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan *mobile banking*, diindikasikan bahwa menggunakan *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan dapat dilakukan kapan saja tidak terikat oleh waktu.

5. Persepsi kredibilitas

a. Pengertian kredibilitas

Persepsi kredibilitas merupakan faktor yang mencerminkan keamanan dan privasi pengguna.²⁸ Persepsi kredibilitas diartikan tingkat di mana kepercayaan seseorang terhadap bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya. Hal ini berkaitan dengan bagaimana nasabah merasa nyaman dan aman dalam menggunakan *M-Banking*, jika nasabah merasa hal tersebut dapat terpenuhi maka akan muncul rasa puas dengan penggunaannya. Banyaknya kasus penipuan yang terjadi membuat konsumen masih belum dapat percaya apabila harus melakukan berbagai transaksi keuangannya secara *online* melalui *M-Banking*. Semakin canggih teknologi yang digunakan, maka semakin besar pula kemungkinan bahwa

²⁸Pambudi, hlm. 37.

teknologi tersebut dapat diretas. Faktor keamanan ini menjadi isu yang sangat serius di dunia perbankan.²⁹

b. Indikator persepsi kredibilitas

Persepsi kredibilitas merupakan tingkat di mana seseorang percaya bahwa sistem yang digunakan tetap menjamin keamanan dan privasinya. Berikut ini adalah indikator yang digunakan dalam mengukur persepsi kredibilitas:

- 2) Analisis/besarnya risiko adalah kegiatan menentukan besar kecilnya suatu risiko dengan mempertimbangkan suatu kemungkinan terjadinya dan besarnya akibat yang ditimbulkan. Hal terpenting adalah seberapa besar manfaat yang diberikan dari produk tersebut dan risiko yang di hadapi harus jauh lebih kecil dari manfaat yang diberikan, dan risiko-risiko tersebut juga harus di proteksi supaya tidak terjadi
- 3) Keamanan/transaksi adalah suatu sistem untuk menjaga keamanan serta melindungi data dan informasi pada saat bertransaksi. Keamanan merupakan faktor yang penting dalam layanan *internet banking* untuk meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakannya.
- 4) Kebutuhan transaksi yang ditawarkan *M-Banking* cukup membantu terutama bagi orang yang memiliki kesibukan tinggi. Berbagai transaksi dapat dilakukan seperti cek saldo, transfer antar rekening, melihat info kurs, dan pembayaran tanpa harus datang langsung dengan tujuan untuk memberi kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi.

²⁹Prakoso Adi dan Ahsan Sumantika, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking," *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 2 (2020): hlm. 123.

6. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah secara umum dapat diartikan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan penyimpanan, pembiayaan dan jasa lalu lintas pembayaran. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam AL-Quran dan Hadits. Dengan demikian perbankan syariah harus dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariah Islam. Adapun perbedaan pokok antara bank syariah dengan bank konvensional terdiri dari beberapa hal. Perbedaan utama adalah bank syariah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga.³⁰

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak membebankan bunga kepada nasabah, akan tetapi bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Quran dan Hadits.

Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Quran dan Hadits Rasulullah SAW.³¹

³⁰Hamdi Agustin, "Teori Bank Syariah, Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru JPS," *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1 (2021): hlm. 67-83.

³¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 29.

b. Landasan Hukum Bank Syariah

Adapun landasan hukum bank syariah dijelaskan di dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 Allah berfirman:

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



Artinya: orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Selain dari pada hal ini diperkuat kembali oleh hadis-hadis dari

Rasulullah seperti hadis riwayat muslim yang artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Abu Syaibah bin Abu Bakar dan Amru An Naqid dan Ishaq bin Ibrahim dan ini adalah lafadz Ibnu Abu Syaibah, Ishaq berkata; telah menceritakan kepada kami Waki’ telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Khalid Al Khaddza’ dari Abu Qilabah dari Abu Al Asy’ats dari ‘Ubadah bin Shamit dia berkata, “Rasulullah SAW bersabda: “Emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, jewawut dengan jewawut, kurma dengan kurma dan garam dengan garam, tidak mengapa jika dengan takaran yang sama, dan sama berat serta

tunai. Jika jenisnya berbeda, maka juallah sesuka hatimu asalkan dengan tunai dan langsung serah terimanya (H.R Muslim)".³²

B. Penelitian terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang terkait pada variabel, teori dan metode yang dipakai dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel kajian penelitian terdahulu.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Elvara Ichsani dan Ratmono (2020) Jurnal	Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Penggunaan M-Banking BRI Konvensional (Studi Pada Mahasiswa FEB UM Metro)	Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan penggunaan <i>m-banking</i> . Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan penggunaan <i>m-banking</i> . Dan persepsi teknologi dan persepsi risiko berpengaruh simultan terhadap kepercayaan penggunaan <i>m-banking</i> .
2	Binti Mukaromah (2021) Skripsi	Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi Kepercayaan Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa FEBI Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah.	Hasil ini menyatakan bahwa variabel motivasi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
3	Priestiani Putri Rahayu (2019) Skripsi	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap	Hasil ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi

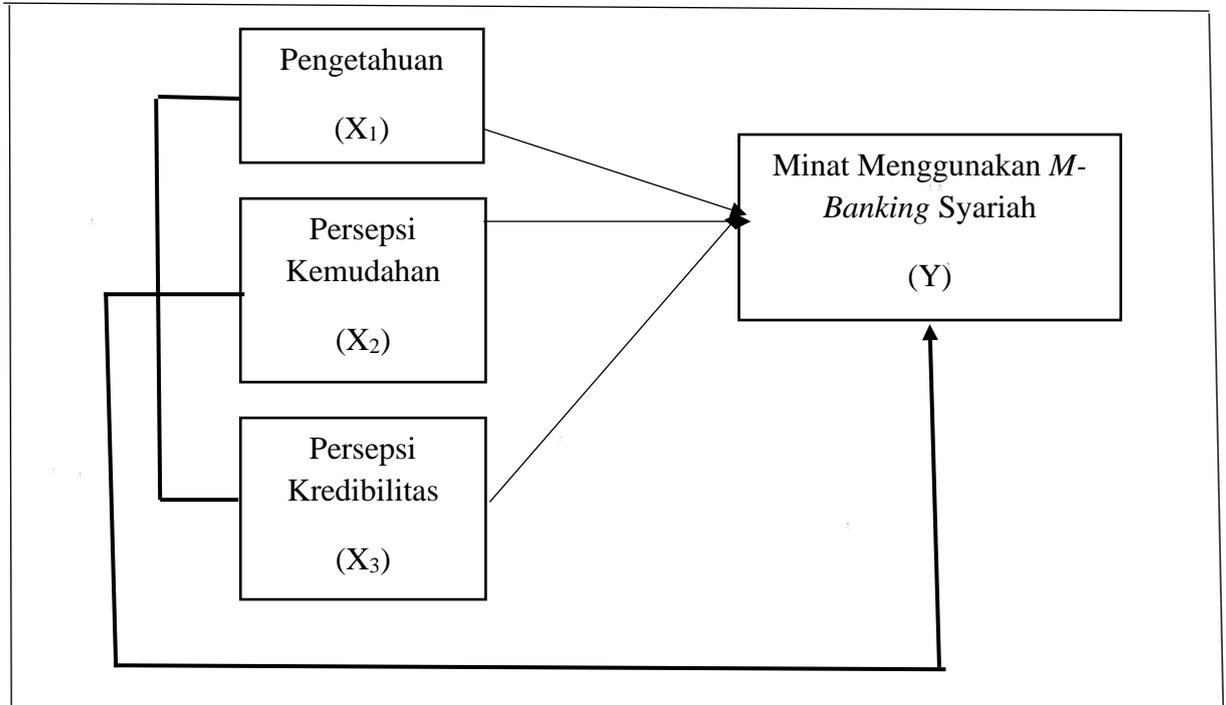
³²Muslim bin Hajjaj Abu Husain Al-Qusyairi, *Shahih Al-Muslim* (Beirut: Dar Ihya Turats), hlm. 235.

		Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> .
4	Silvia Indriani (2022) Skripsi	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan m-banking (studi pada masyarakat kecamatan kejuruan muda kabupaten aceh tamiang)	Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial persepsi risiko, pengetahuan, kemudahan dan kredibilitas berpengaruh minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
5	Dwitya Pratiwi Wulandari (2018). Skripsi	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> pada PT.Bank Syariah Mandiri kantor cabang lubuk pakam.	Hasil ini menunjukkan bahwa ketertarikan nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> karena kemudahan, kenyamanan serta keamanan yang diberikan oleh layanan <i>mobile banking</i> .
6	Anisa Fadila Nasmi (2022) Skripsi	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat kecamatan babussalam menggunakan <i>mobile banking</i> PT Bank Syariah Indonesia	Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial faktor manfaat dan kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu tingkat kepuasan dilihat dari beberapa variabel bebas. Dalam penelitian model hubungan antara variabel bebas yaitu variabel biaya administrasi, keamanan dan kemudahan penggunaan. Kemudian variabel terikat adalah tingkat kepuasan dilihat pada Gambar I.

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

- = secara parsial
 —————→ = secara simultan

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa panah pengetahuan (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi kredibilitas (X3) berpengaruh positif terhadap Minat menggunakan *M-Banking* (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara mengenai perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah atau belum terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Dengan kata lain, hipotesis

merupakan jawaban sementara yang disusun peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori dan kerangka berpikir penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha₁: pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *M-banking* Bank Syariah.

Ha₂: persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *M-banking* Bank Syariah.

Ha₃: persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan *M-banking* Bank Syariah.

Ha₄: persepsi pengetahuan, persepsi kemudahan, persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan *M-banking* Bank Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini tempat penulis akan melakukan penelitian yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti. Tempat penelitian dalam penulisan ini yaitu pada masyarakat Kec. Sei Kanan Kab. Labusel. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni sampai bulan September tahun 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis kuantitatif. Kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.³³

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁴ Populasi penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kec. Sei Kanan Kab. Labusel pada tahun 2022 yang berjumlah 12.148 jiwa.

³³Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 38.

³⁴Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 61.

Tabel III.1
Jumlah Masyarakat Kecamatan Sei Kanan Pada Tahun 2022

No.	Desa/Kelurahan	Tahun 2022
1	Langgapayung	2.939
2	Sabungan	2.522
3	Hajoran	1.246
4	Huta Godang	1.495
5	Sampean	953
6	Marsonja	477
7	Parimburan	996
8	BT. Nadenggan	985
9	Ujung Gading	535
	Jumlah	12.148

2. Sampel

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purpose sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.³⁵ Adapun dalam penelitian ini yang menjadi kriteria tertentu yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu:

- a. Masyarakat kec. Sei Kanan, Kab. Labusel
- b. Usia minimal 20 tahun sd 35 tahun
- c. Laki-laki dan perempuan

Penelitian ini mengambil taraf signifikan sebesar 10% (0,1). Untuk menentukan besarnya sampel yang ditetapkan maka peneliti menggunakan rumus slovin:

³⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 125.

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas toleransi kesalahan (10%)

$$n = \frac{12,148}{1+12,148(0.1)^2}$$

$$n = \frac{12,148}{1+121,48}$$

$$n = \frac{12,148}{122,48}$$

$$n = 0,9918354016$$

$$n = 100 \text{ orang}$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang menjadi responden.

D. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi atau objek penelitian. Data primer yang dikumpul dalam penelitian ini nantinya diperoleh langsung dengan memberikan koesioner kepada masyarakat Kec. Sei Kanan yang menggunakan *M-Banking*.

1. Data Primer

Data primer yaitu data utama dalam penelitian yang diperoleh langsung dari responden secara langsung melalui penyebaran *koesioner* kepada

responden yaitu masyarakat Kec. Sei Kanan. Koesioner akan disebar dan dibagikan secara langsung.

2. Data Sekunder

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.³⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah observasi langsung yang ditinjau secara cermat dan sistematis terhadap objek laporan. Teknik pengumpulan data serta memperoleh informasi dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan.

2. Angket

Angket adalah alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan yang akan diberikan kepada responden. Menurut Bungin, metode angket atau kousioner adalah serangkaian atau daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah diisi angket dikirim kembali ke peneliti.

³⁶Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 185.

Dengan penyebaran kuesioner, pengukuran variabel digunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang gejala sosial. Skala *likert* merupakan cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Kuesioner ini menggunakan skala *likert* yaitu sebagai berikut:

Tabel III.2
Pengukuran Skala Likert Pernyataan Positif

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket
Variabel Pengetahuan (X₁)

No	Variabel (X₁)	Indikator	No Soal
1	Pengetahuan (X ₁)	Pengetahuan Produk	1 dan 2
		Pengetahuan pemakaian.	3 dan 4
		Pengetahuan pembelian.	5 dan 6

Tabel III.3
Kisi-kisi Angket
Variabel Persepsi Kemudahan (X₂)

No	Variabel	Indikator	No Soal
1	Persepsi kemudahan (X ₂)	Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan	1 dan 2
		Sistem mudah digunakan	3 dan 4
		tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem	5 dan 6

Tabel III.4
Kisi-kisi Angket
Variabel Persepsi Kredibilitas (X₃)

No	Variabel	Indikator	No Soal
1	Persepsi kredibilitas (X ₃)	Besarnya risiko	1 dan 2
		Jaminan Keamanan/transaksi	3 dan 4

		Kebutuhan transaksi	5 dan 6
--	--	---------------------	---------

Tabel III.5
Kisi-kisi Angket
Variabel Minat Menggunakan (Y)

No	Variabel	Indikator	No Soal
1	Minat Menggunakan (Y)	Minat eksploratif	1 dan 2
		Minat preferensial	3 dan 4
		Minat transaksional	5 dan 6

Instrumen penelitian yang menggunakan skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kemudahan dan kredibilitas terhadap minat menggunakan m-banking syariah di kecamatan seikan kabupaten labuhanbatu selatan.

F. Uji Instrument

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut valid,

maka perlu diuji dengan korelasi antar skor (Nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. pengujian ini menggunakan pengujian validitas dengan bantuan komputer dengan menggunakan komputer dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dengan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau apa yang seharusnya dilakukan. Uji validitas dapat dirumuskan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan valid. Sebaliknya apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah menentukan validitas instrumen, tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dari instrumen penelitian. Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggambarkan alat analisis SPSS versi 23 , yakni dengan uji *Cronbac Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbac Alpha* $> 0,60$.

G. Uji Hipotesis

1. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai koefisien yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, nilai-nilai koefisien determinasi yang besar dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.³⁷

2. Uji T (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas. Dengan menggunakan tingkat signifikan (α) 10% jika nilai signifikan $t > 0,1$ maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, sebaliknya jika nilai signifikan $0,1$ maka H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t (parsial) merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan

³⁷Slamet Riyanti & Aglis Andhita Hamawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 141.

membandingkan t hitung dengan t tabel. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:³⁸

H_0 diterima maka H_a ditolak, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ untuk $\alpha = 10\%$

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka untuk $\alpha = 10\%$

3. Uji F (Simultan)

Uji koefisien secara simultan atau bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini mengetahui apakah variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas berpengaruh simultan atau tidak terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $< \alpha (0,1)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $< \alpha (0,1)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

H. Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan adanya data yang berdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.

³⁸Mochammad Ilyas Junjuran And Ajeng Tita Nawangsari, *Pengolahan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews Dalam Penelitian Bisnis* (Sumatera Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm. 5-6.

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, dan *standar deviation* dari data yang terkumpul.³⁹

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau kolerasi diantara variabel independen. Multikolinearitas menyatakan hubungan antar sesama variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Deteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. Regresi bebas dari multikolinearitas jiks nilsi *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas, namun jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan *variance residual* untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu uji dari asumsi klasik yang harus

³⁹Bella Harun Ashari, dkk, "Analisis Deskriptif Dan Tabulasi Silang," *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, Vol. 6, No. 1 (2017): hlm. 4.

dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat penduga (prediksi).⁴⁰

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda sebagai suatu teknik atau analisis statistik yang untuk menjelaskan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih. Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas prediktor. Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.⁴¹ persamaan regresi dalam penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan (X1), persepsi kemudahan (X2) dan persepsi kredibilitas (X3), terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan (Y). Berikut umum persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Minat menggunakan = konstanta + b₁ pengetahuan + b₂ persepsi
kemudahan + b₃ persepsi kredibilitas + e

Keterangan :

Y_t = Variabel Dependen Pengamatan

A = Koefisien Konstanta

β₁ β₂ β₃ = Koefisien Regresi

⁴⁰Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan* (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2019), hlm. 76.

⁴¹Zulaikha Matondang Dan Hamni Fadhlillah Nasution, *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviesw Dan SPSS* (Medan: Kreasi Group, 2021), hlm. 16-17.

$X_1 X_2 X_3$ = Variabel Independent

e = Prediction error (tingkat kesalahan)

BAB IV

GAMBARAN UMUM DAN HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Sei Kanan

1. Data Demografi Kec. Sei Kanan Kab. Labusel

Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan berada di bagian utara Kabupaten Labuhanbatu Selatan, dengan jarak menuju ke kecamatan kota pinang yang merupakan Ibukota kabupaten labuhanbatu selatan dengan jarak tempuh 60,3 KM atau dengan waktu tempuh 1:38 menit.

Kecamatan sungai kanan berpusatkan di kelurahan langgapayung dengan desa terjauh dari ibukota kecamatan sungai kanan adalah desa marsonja dengan jarak 28,00 Km di kecamatan sungai kanan terdapat 86 dusun dan 14 lingkungan.

Di mana dusun terbanyak terdapat di desa parimburan dengan jumlah dusun sebanyak 16 dusun, sementara desa yang memiliki dusun paling sedikit adalah desa batang nadenggan dengan jumlah dusun sebanyak 4 dusun.

a. Profil kecamatan sei kanan

Kecamatan sungai kanan menempati area seluas 484,35 Km yang terdiri dari 8 desa dan 1 kelurahan. Wilayah kecamatan sungai kanan di sebelah utara berbatasan dengan kecamatan kotapinag dan silangkitang, di sebelah timur, selatan dan barat berbatasan dengan kabupaten padang lawas utara.

Dari 9 desa/kelurahan yang terdapat di kecamatan sungai kanan, yang memiliki wilayah terluas adalah kelurahan langgapayung dengan luas 69,35

Km dan yang terkecil adalah desa hajoran dan desa ujung gading dengan luas masing-masing 40,00 Km.

Kecamatan sungai kanan terdiri dari 8 desa dan 1 kelurahan, dimana yang terjauh dari ibukota kecamatan sungai kanan adalah desa parimburan dan desa marsonja dengan jarak 28,00 Km. Di kecamatan sungai kanan terdapat 86 dusun dan 14 lingkungan, dimana dusun terbanyak terdapat di desa parimburan yaitu sebanyak 16 dusun, sementara desa yang memiliki dusun paling sedikit adalah desa batang nadenggan yaitu sebanyak 4 dusun.

Penduduk kecamatan sungai kanan tahun 2015 sebanyak 51.944 jiwa yang terdiri dari 26,280 jiwa laki-laki dan 25.644 jiwa perempuan. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di kelurahan langgapayung yaitu sebanyak 13.674 jiwa, sedangkan yang paling sedikit berada di desa marsonja yaitu sebanyak 21.189 jiwa.

b. Letak dan keadaan wilayah

1) Kondisi iklim

Kecamatan sungai kanan kabupaten labuhanbatu selatan berada di pinggiran barat labuhanbatu selatan yang berbatasan langsung dengan kabupaten padang lawas utara, kecamatan sei kanan terletak diantara $1^{\circ}26' - 2^{\circ}12'55''$ LU dan $99^{\circ}40'0'' - 100^{\circ}26'00''$ BT dengan ketinggian 0-700 me diatas permukaan laut.

2) Batas wilayah

Kecamatan sei kanan memiliki luas wilayah 484,35 km². Adapun batas-batas wilayah kecamatan sei kana adalah

- a) Sebelah timur berbatasan dengan kabupaten padang lawas utara
- b) Sebelah barat berbatasan dengan kecamatan kotapinang dan silangkitang
- c) Sebelah utara berbatasan dengan kabuapten padang lawas utara
- d) Sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten padang lawas utara

B. Deskripsi Karakter Data Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat kecamatan sungaikan kabupaten labuhanbatu selatan. Deskripsi responden dalam penelitian ini akan diuraikan secara deskriptif dan dibantu dengan penyajian dalam bentuk tabel berupa jenis kelamin dan umur. Berikut merupakan uraian data responden pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi
1	Laki-laki	42
2	Perempuan	58
	Total	100

Berdasarkan data pada tabel IV.1 diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki. Responden perempuan sebesar 56 % sedangkan laki-laki sebesar 44%.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia, dapat diketahui usia responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2
Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah
1	20-25 tahun	48
2	26-30 tahun	27
3	31-35 tahun	15
4	≥ 35 tahun	10
	Total	100

Berdasarkan tabel IV.2 diatas diketahui dari 100 responden dibedakan menjadi 4 kategori usia. Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan, maka usia mayoritas data responden yang berusia 26-30 tahun. Sedangkan responden paling sedikit yaitu berusia ≥ 35 tahun.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini diuji dengan menggunakan SPSS versi 23

1. Uji Instrument

a. Hasil uji validitas

1) Hasil Uji Validitas Pengetahuan (X1)

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pengetahuan (X₁)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,662	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,749		Valid
3	0,624		Valid
4	0,660		Valid
5	0,583		Valid
6	0,603		Valid

Sumber: Hasil *Output* SPSS Versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel kemudahan adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1954 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2) Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X₂)

Tabel IV.4.
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Persepsi Kemudahan (X₂)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,810	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,640		Valid
3	0,857		Valid
4	0,488		Valid
5	0,569		Valid
6	0,815		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.4. di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel kemudahan adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1954 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*

3) Hasil Uji Validitas Persepsi Kredibilitas (X₃)

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Persepsi Kredibilitas (X₃)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,755	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,798		Valid
3	0,639		Valid
4	0,798		Valid
5	0,755		Valid
6	0,798		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.5 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel kemudahan adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1954

sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

4) Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan (Y)

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat Menggunakan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,719	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,732		Valid
3	0,687		Valid
4	0,476		Valid
5	0,737		Valid
6	0,628		Valid

Sumber: Hasil *Output* versi 23 (data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.6 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan variabel kemudahan adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1954 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b. Hasil Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1)

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel pengetahuan dapat dilihat pada tabel IV.8 berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	6

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.8 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau $(.709 > 0,60)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan pada penelitian ini adalah reliabel.

2) Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X2)

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel persepsi kemudahan dapat dilihat pada tabel IV.8 berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

Sumber: Hasil *Output SPSS* versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.8 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau $(.797 > 0,60)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan pada penelitian ini adalah reliabel.

3) Hasil uji reliabilitas persepsi kredibilitas (X3)

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel persepsi kredibilitas dapat dilihat pada tabel IV.9 berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kredibilitas (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	6

Sumber: Hasil *Output SPSS* versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.9 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau $(.817 > 0,60)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan pada penelitian ini adalah reliabel.

4) Hasil uji reliabilitas minat menggunakan (Y)

Adapun hasil dari uji reliabilitas variabel minat menggunakan dapat dilihat pada tabel IV.10 berikut:

Tabel IV.10

Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	6

Sumber: Hasil *Output SPSS* versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.10 *Reliability Statistic* di atas dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan adalah reliabel dengan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau $(.743 > 0,60)$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan pada penelitian ini adalah reliabel.

D. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Uji Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut ini hasil uji determinasi (R^2).

Tabel IV.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 ^a	.922	.919	.809

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kredibilitas, Persepsi Kemudahan, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil *OutPut* SPSS Versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai $R = 0,960$ maka terjadi hubungan yang rendah antara variabel independent terhadap variabel dependent. Nilai *R Square* sebesar 0,922 atau 92% variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas mempengaruhi variabel minat menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas memberikan kontribusi terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah sebesar 92% dan sisanya 8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji T (Parsial)

Tabel IV.12
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.003	.744		1.348	.181
Pengetahuan	.340	.048	.390	7.108	.000

Persepsi Kemudahan	.225	.047	.245	4.753	.000
Persepsi Kredibilitas	.398	.062	.389	6.414	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil *Output SPSS* Versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel 4.12 di atas, maka hasil pengujian secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

(1) Uji parsial variabel pengetahuan dengan tingkat signifikan 0,1.

Nilai t_{hitung} variabel pengetahuan diketahui sebesar 7.108 dan nilai t_{tabel} 1.66088. Tabel distribusi t dapat dilihat pada tabel statistic signifikansi 0,1 dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.108 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

(2) Uji parsial variabel persepsi kemudahan dengan tingkat

signifikan 0,1. Nilai t_{hitung} variabel pengetahuan diketahui sebesar 4.753 dan nilai t_{tabel} 1.66088. Tabel distribusi t dapat dilihat pada tabel statistic signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.753 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

(3) Uji parsial variabel persepsi kredibilitas dengan tingkat signifikan 0,1. Nilai t_{hitung} variabel pengetahuan diketahui sebesar 6.414 dan nilai t_{tabel} 1.66088. Tabel distribusi t dapat dilihat pada tabel statistic signifikansi 0,1 dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-3-1 = 96$. Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kredibilitas memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.414 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

c. Hasil uji F (Simultan)

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji simultan (uji F) sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	740.067	3	246.689	376.847	.000 ^b
Residual	62.843	96	.655		
Total	802.910	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kredibilitas, Persepsi Kemudahan, Pengetahuan

Sumber: Hasil output SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.13 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya signifikan yaitu $0,000 < 0,1$ dengan F_{hitung} sebesar 376.847. Tabel distribusi F dicari dengan kebebasan (df) $n-k-1$, atau $100-3-1 = 96$, (n adalah jumlah sampel, dan jumlah variabel independen).

Dapat dilihat pada tabel distribusi F bahwa nilai untuk F_{tabel} sebesar 2.14. Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $376.847 > 2.14$, maka disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas memiliki pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap minat menggunakan.

E. Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Tabel IV.14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.79672858
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.058
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.150 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.14 dapat dilihat bahwa nilai *asym.sig. (2-tailed)* adalah 0,150, sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,10 ($0,150 > 0,10$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut bersifat normal. Sehingga data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

b. Analisis Deskriptif

Tabel IV.15
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	100	18	30	23.56	3.267
Persepsi Kemudahan	100	15	30	24.34	3.098
Persepsi Kredibilitas	100	18	30	25.06	2.781
Minat Menggunakan	100	18	30	24.47	2.848
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 diatas diketahui bahwa rata-rata pengetahuan adalah sebesar 23.56, rata-rata persepsi kemudahan sebesar 24.34, dan rata-rata persepsi kredibilitas sebesar 25.06 dan rata-rata minat menggunakan sebesar 24.47. Untuk nilai minimum pengetahuan sebesar 18, nilai minimum persepsi kemudahan sebesar 15, nilai minimum persepsi kredibilitas sebesar 18, dan nilai minimum minat menggunakan sebesar 18. Untuk nilai maximum pengetahuan sebesar 30, nilai maximum persepsi kemudahan sebesar 30, nilai maximum persepsi kredibilitas sebesar 30, dan nilai maximum minat menggunakan sebesar 30. Dan untuk nilai standar deviasi pengetahuan sebesar 3.267, nilai standar deviasi persepsi kemudahan sebesar 3.098, nilai standar deviasi persepsi kredibilitas sebesar 2.781 dan nilai standar deviasi minat menggunakan sebesar 2.848.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel IV. 16
Hasil Uji Multikolinearitas
 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.003	.744		1.348	.181		
Pengetahuan	.340	.048	.390	7.108	.000	.271	3.690
Persepsi Kemudahan	.225	.047	.245	4.753	.000	.306	3.264
Persepsi Kredibilitas	.398	.062	.389	6.414	.000	.222	4.505

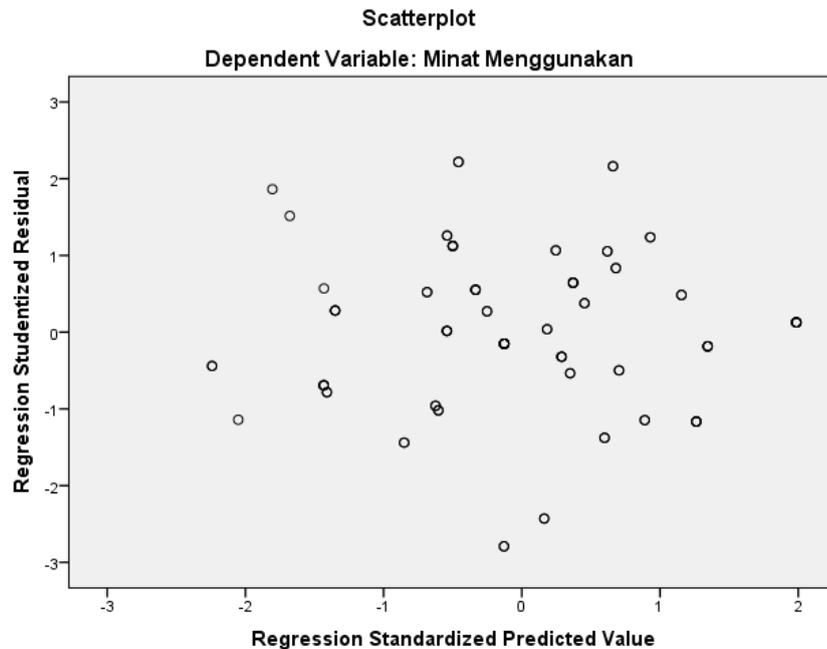
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil *Output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.16 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel pengetahuan (X1) 0,271, variabel persepsi kemudahan (X2) 0,306 dan variabel persepsi kredibilitas (X3) 0,222. Sedangkan nilai VIF untuk variabel pengetahuan 3,690, variabel persepsi kemudahan 3,264 dan variabel persepsi kredibilitas 4,505. Dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas $> 0,10$, dan nilai VIF variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas < 10 . Berdasarkan penilaian hasil dari tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas.

b. Uji heteroskedastisitas

Tabel IV. 17
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah 2023)

Dari tabel IV.17 dapat diketahui bahwa titik-titik atau plot pada uji heteroskedastisitas ini menyebar secara merata baik itu diatas maupun dibawah garis diagonalnya yaitu titik nol (0) dan juga tidak membentuk suatu pola baik itu menyempit ataupun mengembang mengikuti garis diagonalnya, oleh karena itu dapat dikatakan pada uji ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.17
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.003	.744		1.348	.181
Pengetahuan	.340	.048	.390	7.108	.000
Persepsi Kemudahan	.225	.047	.245	4.753	.000
Persepsi Kredibilitas	.398	.062	.389	6.414	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil *Output SPSS* Versi 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.17 Maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y_t = 1,003 + 0,340 + 0,225 + 0,398 + 0,744$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstanta (α) adalah sebesar 1,003 satuan, menyatakan bahwa jika variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas diasumsikan 0 maka minat menggunakan m-banking nilainya sebesar 1.003 satuan
- Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (b_1) sebesar 0,340 artinya jika variabel pengetahuan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan m-banking mengalami kenaikan sebesar 0,340 satuan dengan nilai $1.003 + 0,340 = 1,343$ satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dan minat menggunakan *m-banking* syariah.

- c. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (b_2) sebesar 0,225 artinya jika variabel persepsi kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan m-banking mengalami kenaikan sebesar 0,225 satuan dengan nilai $1.003 + 0,225 = 1,228$ satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dan minat menggunakan *m-banking* syariah.
- d. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,398 artinya jika variabel persepsi kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan m-banking mengalami kenaikan sebesar 0,398 satuan dengan nilai $1.003 + 0,398 = 1,401$ satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pengetahuan dan minat menggunakan *m-banking* syariah.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul analisis faktoraktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan *m-banking* syariah (studi pada masyarakat kecamatan sei kanan, kabupaten labuhanbatu selatan). Diolah dengan menggunakan program computer SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis, pembahasan hasil penelitian yang diperoleh adalah:

1. Pengaruh pengetahuan (X_1) terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki

$t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.108 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Pengetahuan menurut Notoadmodjo merupakan hasil penginderaan manusia, atau hasil seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung telinga, dan sebagainya).⁴²

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Silvia Indriani dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kejuruan Muda Kabuapten Aceh Tamiang)” Menunjukkan bahwa hasil uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan variabel pengetahuan memiliki nilai t_{hitung} 3,911 t_{tabel} 1,965 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *mobile banking* pada masyarakat.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan Sei Kanan dipengaruhi oleh pengetahuan. Pengetahuan merupakan berbagai informasi serta pengalaman mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen.⁴³ Berarti bahwa ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat mengolah informasi dengan baik.

⁴² Zulaikha Matondang Dan Hamni Fadhlillah Nasution, hlm. 120.

⁴³ Zulaikha Matondang Dan Hamni Fadhlillah Nasution, hlm. 112.

2. Pengaruh persepsi kemudahan (X_2) terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23, Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.753 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

Menurut teori Jogiyanto menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari segala bentuk usaha.⁴⁴

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Anisa Fadila Nasmi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kecamatan Babussalam Menggunakan *Mobile Banking* PT BANK Syariah Indonesia” menunjukkan bahwa hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan variabel persepsi kemudahan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,037 < 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,970 > 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Silvia Indriani dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kejuruan Muda Kabuapten Aceh Tamiang)” Menunjukkan bahwa hasil uji t yang telah

⁴⁴ Zulaikha Matondang Dan Hamni Fadhlillah Nasution, hlm. 113.

dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan variabel pengetahuan memiliki nilai t_{hitung} 3,230 t_{tabel} 1,965 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel persepsi kemudahan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *mobile banking* pada masyarakat.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Kemudahan menggunakan *m-banking* yang telah disediakan oleh bank mudah untuk dipahami dan digunakan, sehingga akan mengurangi usaha nasabah untuk bagaimana cara berinteraksi menggunakan *m-banking*.

3. Pengaruh persepsi kredibilitas (X_3) terhadap minat menggunakan *m-banking* syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23, Hasil analisis uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kredibilitas memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.414 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan.

Menurut teori Corner bahwa persepsi kredibilitas diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan produk/layanan tersebut

akan bebas dari semua masalah keamanan dan juga ancaman privasi dari individu tersebut.⁴⁵

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Anisa Fadila Nasmi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Kecamatan Babussalam Menggunakan *Mobile Banking* PT BANK Syariah Indonesia” menunjukkan bahwa hasil uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,995 > 1,985$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_a3 diterima dan H_o ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan dipengaruhi oleh persepsi kredibilitas. Pihak bank harus menjaga amanah yang telah dipercayakan oleh nasabah kepada pihak bank dengan cara melindungi nasabah dari tindakan penipuan serta pencurian data, sehingga nasabah akan merasa nyaman dalam menggunakan fasilitas *m-banking*.

4. Pengaruh pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan dalam menggunakan *m-banking*

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat menggunakan *m-banking*. Hal tersebut dibuktikan dengan diperoleh nilai F

⁴⁵Tran & Corner, “The Impact Of Communication Channels On Mobile Banking Adoption,” *International Journal Of Bank Marketing*, Vol.3, No. 4 (2016): hlm. 78-109.

menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $376.847 > 2.14$. kemudian dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,922 atau 92,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas adalah sebesar 92,2% terhadap minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan, sedangkan sisanya 8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Menurut kotler dan keller, minat berarti sebuah perilaku dimana memiliki keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk ataupun jasa berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan serta menginginkan produk atau jasa tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Silvia Indriani dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kejuruan Muda Kabuapten Aceh Tamiang)” menunjukkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $67,019 > F_{tabel}$ 2,39 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile bnaking* pada masyarakat.⁴⁶

G. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam

⁴⁶ Silvia Indrinai, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruh Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang,” (*Skripsi, Banda Aceh 2022*), n.d., hlm. 99-100.

prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan dalam mengambil variabel yang digunakan dalam penelitian. Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi hasil penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini diselesaikan.
3. Keterbatasan penyebaran angket pada responden secara langsung.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan (X_1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan, dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.108 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak H_0 diterima. Hal ini disebabkan karena semakin rendah tingkat pengetahuan masyarakat maka akan semakin rendah minat untuk menggunakan *m-banking*.
2. Persepsi kemudahan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan, dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.753 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini disebabkan karena dengan adanya *m-banking* akan mempermudah dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan usaha, maka penggunaannya akan semakin meningkat.
3. Persepsi kredibilitas (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan, dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6.414 > 1.66088$), maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini disebabkan karena kredibilitas dapat mempengaruhi niat seseorang dalam

menggunakan *m-banking* jika sistem tersebut memberikan keamanan pada saat bertransaksi dan menjaga data pribadi nasabah.

4. Pengetahuan, persepsi kemudahan dan persepsi kredibilitas berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat menggunakan *m-banking* pada masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan. Hal tersebut dibuktikan dengan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $376.487 > 2.14$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,1$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat

Masyarakat kecamatan sei kanan kabupaten labuhanbatu selatan agar mencari informasi terkait manfaat yang dirasakan dalam penggunaan *m-banking* syariah. *M-banking* syariah menyediakan berbagai macam fitur layanan seperti pembelian pulsa, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain. Dengan menggunakan *m-banking* maka semua layanan tersebut dapat diakses masyarakat di rumah melalui telepon seluler.

2. Bagi Bank Syariah

Untuk pihak bank diharapkan dapat terus menghadirkan inovasi produk terbaik dari sistem informasi yang ada, khususnya *m-banking*. Perbankan diharapkan menambah fitur-fitur terbaru yang bermanfaat bagi nasabah dan jumlah pengguna *mobile banking* akan bertambah. Dalam meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* pihak

bank harus lebih memerhatikan berbagai risiko yang kemungkinan akan terjadi, sehingga para pengguna merasa aman saat bertransaksi menggunakan *m-banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bella Harun Ashari, dkk. "Analisis Deskriptif Dan Tabulasi Silang." *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, Vol. 6, No. 1 (2017).
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Donni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Fahmi Gunawan, dkk. *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum Dan Ekonomi Di Sulawesi Tenggara*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Firmansyah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fusilier, Marcelline And Durlabhji. "An Exploration Of Student Internet Use In India (The Technology Acceptance Model And The Theory Of Planned Behavior." *Journal Of Marketing*, Vol. 22, No. 4 (2005).
- Hamdi Agustin. "Teori Bank Syariah, Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru JPS." *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 1 (2021).
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Istiarni dan Hadiprajitmo. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening." *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 3, No. 2 (2014).
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertai Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Malayu Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Mochammad Ilyas Junjuran And Ajeng Tita Nawangsari. *Pengolahan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews Dalam Penelitian Bisnis*. Sumatera Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2021.
- Muhammad Yusuf dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2019.
- Muhibbin. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Muslim bin Hajjaj Abu Husain Al-Qusyairi. *Shahih Al-Muslim*. Beirut: Dar Ihya Turats.

- Pambudi. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI)." *Competence : Journal Of Management Studies*, Vol. 8, No. 1 (2014).
- Prakoso Adi dan Ahsan Sumantika. "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking." *Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 2 (2020).
- Resita dan Baridwan. "Determinan Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Accpetance Model (TAM) Studi Pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking Di Kabupaten Lamongan." (Skripsi, Universitas Brawijaya, 2015).
- Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020.
- Sari, dkk. "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking." *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 12, No. 2 (2021).
- Sati dan Ramaditya. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Methland Card)," (Skripsi, STIEI, 2020).
- Silvia Indrinai. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan M-Banking (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kejuruan Muda Kabupaten Aceh Tamiang." (Skripsi, Banda Aceh 2022), n.d.
- Slamet Riyanti & Aglis Andhita Hamawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Soekidjo Notoadmodjo. *Metode Penelitian Kesehatan Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sugiono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Syahriyal. "Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada

Perbankan Syariah Di Banda Aceh.” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, Vol. 4, No. 1 (2018).

Tran & Corner. “The Impact Of Communication Channels On Mobile Banking Adoption.” *International Journal Of Bank Masrketing*, Vol.3, No. 4 (2016).

Wang, Y.S, Wang Y,M, Lin, H.H., And Tang. “Determinan Of User Acceptance Of Internet Banking: An Empirical Study. International Journal Of Service Industry Management.” *Online Journal Form Proquest*, Vol. 14, No. 501 (n.d.).

Wulandari dan Moeliono. “Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking.” *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, Vol. 10, No. 2 (2017).

Yuniarty. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.

Zulaikha Matondang Dan Hamni Fadhlillah Nasution. *Praktik Analisis Data: Pengolahan Ekonometrika Dengan Eviesw Dan SPSS*. Medan: Kreasi Group, 2021.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : INSI LUFTIAH HSB
2. Tempat/Tgl. Lahir : Sabungan, 12 Oktober 2000
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Sabungan, Kecamatan Sei Kanan, Kabupaten
Labuhanbatu Selatan
6. Email : insiluftiah12@gmail.com
7. No. Handphone : 0822-1390-2949

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 114364 Sabungan
2. Mts N Sei Kanan
3. SMK N 1 Sei Kanan
4. UIN SYAHADA

LATAR BELAKANG ORGANISASI

1. Himpunan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah (HMPPS)
2. YAKUSA

MOTTO HIDUP

**“BERANI GAGAL SETELAH MENCoba LEBIH BAIK DARIPADA
TIDAK MENCoba SAMA SEKALI”**

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Pengetahuan (X1)

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	3	3	4	3	3	3	19
2	4	4	4	4	4	5	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	5	3	5	5	26
6	2	4	4	2	4	4	20
7	4	4	4	4	4	5	25
8	4	4	5	4	4	4	25
9	3	3	4	3	3	3	19
10	4	2	4	4	2	4	20
11	4	5	5	4	5	5	28
12	4	4	4	2	4	4	22
13	5	5	4	5	3	5	27
14	4	4	4	4	4	1	21
15	3	4	4	3	4	4	22
16	1	4	4	1	4	4	18
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	3	28
20	4	5	5	4	5	5	28
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	5	4	4	5	5	27
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	1	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	2	4	4	2	4	20
27	4	4	4	4	4	3	23
28	4	4	4	3	4	4	23
29	4	4	2	4	4	4	22
30	3	3	4	3	3	3	19
31	4	4	4	4	4	5	25
32	4	5	5	4	5	5	28
33	4	4	4	4	4	1	21
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	3	4	4	23
36	4	4	4	4	4	5	25

37	4	4	5	4	4	2	23
38	3	3	4	3	3	3	19
39	4	2	4	4	2	4	20
40	4	5	5	4	5	5	28
41	3	3	5	4	5	5	25
42	4	4	4	5	4	4	25
43	5	5	5	5	1	5	26
44	4	4	4	4	4	4	24
45	3	5	4	4	4	5	25
46	2	4	4	1	4	4	19
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	2	4	22
49	3	3	4	4	4	4	22
50	4	2	4	4	4	4	22
51	3	3	4	3	3	3	19
52	4	4	4	4	4	5	25
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	5	5	3	5	5	26
56	2	4	4	2	4	4	20
57	4	4	4	4	4	5	25
58	4	4	5	4	4	4	25
59	3	3	4	3	3	3	19
60	4	2	4	4	2	4	20
61	4	5	5	4	5	5	28
62	4	4	4	2	4	4	22
63	5	5	4	5	3	5	27
64	4	4	4	4	4	1	21
65	3	4	4	3	4	4	22
66	1	4	4	1	4	4	18
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	5	5	3	28
70	4	5	5	4	5	5	28
71	3	3	3	3	3	3	18
72	4	5	4	4	5	5	27
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	1	4	4	21

75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	2	4	4	2	4	20
77	4	4	4	4	4	3	23
78	4	4	4	3	4	4	23
79	4	4	2	4	4	4	22
80	3	3	4	3	3	3	19
81	4	4	4	4	4	5	25
82	4	5	5	4	5	5	28
83	4	4	4	4	4	1	21
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	3	4	4	23
86	4	4	4	4	4	5	25
87	4	4	5	4	4	2	23
88	3	3	4	3	3	3	19
89	4	2	4	4	2	4	20
90	4	5	5	4	5	5	28
91	3	3	5	4	5	5	25
92	4	4	4	5	4	4	25
93	5	5	5	5	1	5	26
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	5	4	4	4	5	25
96	2	4	4	1	4	4	19
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	2	4	22
99	3	3	4	4	4	4	22
100	4	2	4	4	4	4	22

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Responden	K1	K2	K3	K4	K5	K6	Total
1	3	4	3	5	4	3	22
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	3	5	5	3	24
6	2	4	2	4	4	2	18
7	4	4	4	5	4	4	25
8	4	5	4	4	5	4	26
9	3	4	3	4	4	3	21
10	4	4	4	5	4	4	25
11	4	5	4	4	5	4	26
12	4	4	4	5	4	2	23
13	5	4	5	4	4	5	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	3	3	4	3	20
16	4	4	1	4	4	1	18
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	5	4	5	5	4	27
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	4	4	5	4	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	1	4	1	4	4	1	15
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	3	23
29	4	4	4	4	2	4	22
30	3	4	3	5	4	3	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	5	4	5	5	4	27
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	3	23
36a	4	4	4	5	4	4	25

37	4	5	4	4	5	4	26
38	3	4	3	4	4	3	21
39	4	4	4	5	4	4	25
40	4	5	4	4	5	4	26
41	4	4	4	5	5	4	26
42	4	5	4	4	4	5	26
43	4	4	4	5	5	5	27
44	5	4	5	4	4	4	26
45	5	4	5	5	4	4	27
46	5	4	5	4	4	1	23
47	4	4	4	5	4	4	25
48	5	5	5	4	4	4	27
49	5	5	5	4	4	4	27
50	3	4	3	5	4	4	23
51	3	4	3	5	4	3	22
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	5	3	5	5	3	24
56	2	4	2	4	4	2	18
57	4	4	4	5	4	4	25
58	4	5	4	4	5	4	26
59	3	4	3	4	4	3	21
60	4	4	4	5	4	4	25
61	4	5	4	4	5	4	26
62	4	4	4	5	4	2	23
63	5	4	5	4	4	5	27
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	4	3	3	4	3	20
66	1	4	1	4	4	1	15
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	5	5	5	30
70	4	5	4	5	5	4	27
71	3	3	3	3	3	3	18
72	4	4	4	5	4	4	25
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	1	4	4	1	18

75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	3	23
79	4	4	4	4	2	4	22
80	3	4	3	5	4	3	22
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	5	4	5	5	4	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	3	23
86	4	4	4	5	4	4	25
87	4	5	4	4	5	4	26
88	3	4	3	4	4	3	21
89	4	4	4	5	4	4	25
90	4	5	4	4	5	4	26
91	4	4	4	5	5	4	26
92	4	5	4	4	4	5	26
93	4	4	4	5	5	5	27
94	5	4	5	4	4	4	26
95	5	4	5	5	4	4	27
96	5	4	5	4	4	1	23
97	4	4	4	5	4	4	25
98	5	5	5	4	4	4	27
99	5	5	5	4	4	4	27
100	3	4	3	5	4	4	23

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Persepsi Kredibilitas (X3)

Responden	KR1	KR2	KR3	KR4	KR5	KR6	Total
1	3	4	3	4	3	4	21
2	5	4	4	4	5	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	3	5	5	5	28
6	4	4	2	4	4	4	22
7	5	4	4	4	5	4	26
8	4	5	4	5	4	5	27
9	3	4	3	4	3	4	21
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	5	4	5	5	5	29
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	4	5	4	5	4	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	3	4	4	4	23
16	4	4	1	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	3	5	5	5	3	5	26
20	5	5	4	5	5	5	29
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	4	4	4	5	4	26
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	1	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	3	4	3	4	3	4	21
31	5	4	4	4	5	4	26
32	5	5	4	5	5	5	29
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	4	4	4	5	4	26

37	4	5	4	5	4	5	27
38	3	4	3	4	3	4	21
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	4	5	5	5	29
41	3	4	4	4	3	4	22
42	5	5	4	5	5	5	29
43	5	4	4	4	5	4	26
44	4	4	5	4	4	4	25
45	5	4	5	4	5	4	27
46	4	4	5	4	4	4	25
47	5	4	4	4	5	4	26
48	4	5	5	5	4	5	28
49	3	5	5	5	3	5	26
50	4	4	3	4	4	4	23
51	3	4	3	4	3	4	21
52	5	4	4	4	5	4	26
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	3	5	5	5	28
56	4	4	2	4	4	4	22
57	5	4	4	4	5	4	26
58	4	5	4	5	4	5	27
59	3	4	3	4	3	4	21
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	4	5	5	5	29
62	4	4	4	4	4	4	24
63	5	4	5	4	5	4	27
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	3	4	4	4	23
66	4	4	1	4	4	4	21
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	3	5	5	5	3	5	26
70	5	5	4	5	5	5	29
71	3	3	3	3	3	3	18
72	5	4	4	4	5	4	26
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	1	4	4	4	21

75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	4	3	4	3	4	21
81	5	4	4	4	5	4	26
82	5	5	4	5	5	5	29
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	4	4	4	5	4	26
87	4	5	4	5	4	5	27
88	3	4	3	4	3	4	21
89	4	4	4	4	4	4	24
90	5	5	4	5	5	5	29
91	3	4	4	4	3	4	22
92	5	5	4	5	5	5	29
93	5	4	4	4	5	4	26
94	4	4	5	4	4	4	25
95	5	4	5	4	5	4	27
96	4	4	5	4	4	4	25
97	5	4	4	4	5	4	26
98	4	5	5	5	4	5	28
99	3	5	5	5	3	5	26
100	4	4	3	4	4	4	23

Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Minat Menggunakan (Y)

Responden	MM1	MM2	MM3	MM4	MM5	MM6	Total
1	3	3	3	5	3	4	21
2	4	4	4	4	5	4	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	5	3	5	5	5	26
6	2	4	2	4	4	4	20
7	4	4	4	5	5	4	26
8	4	4	4	4	4	5	25
9	3	3	3	4	3	4	20
10	4	2	4	5	4	4	23
11	4	5	4	4	5	5	27
12	4	4	4	5	4	4	25
13	5	5	5	4	5	4	28
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	3	3	4	4	21
16	4	4	1	4	4	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	3	5	28
20	4	5	4	5	5	5	28
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	5	4	5	5	4	27
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	1	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	2	4	4	4	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	3	3	3	5	3	4	21
31	4	4	4	4	5	4	25
32	4	5	4	5	5	5	28
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	5	5	4	26

37	4	4	4	4	4	5	25
38	3	3	3	4	3	4	20
39	4	2	4	5	4	4	23
40	4	5	4	4	5	5	27
41	3	3	4	5	3	4	22
42	4	4	4	4	5	5	26
43	5	5	4	5	5	4	28
44	4	4	5	4	4	4	25
45	3	5	5	5	5	4	27
46	2	4	5	4	4	4	23
47	4	4	4	5	5	4	26
48	4	4	5	4	4	5	26
49	3	3	5	4	3	5	23
50	4	2	3	5	4	4	22
51	3	3	3	5	3	4	21
52	4	4	4	4	5	4	25
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	5	3	5	5	5	26
56	2	4	2	4	4	4	20
57	4	4	4	5	5	4	26
58	4	4	4	4	4	5	25
59	3	3	3	4	3	4	20
60	4	2	4	5	4	4	23
61	4	5	4	4	5	5	27
62	4	4	4	5	4	4	25
63	5	5	5	4	5	4	28
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	4	3	3	4	4	21
66	1	4	1	4	4	4	18
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	5	3	5	28
70	4	5	4	5	5	5	28
71	3	3	3	3	3	3	18
72	4	5	4	5	5	4	27
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	1	4	4	4	21

75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	2	4	4	4	4	22
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	3	5	3	4	21
81	4	4	4	4	5	4	25
82	4	5	4	5	5	5	28
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	5	5	4	26
87	4	4	4	4	4	5	25
88	3	3	3	4	3	4	20
89	4	2	4	5	4	4	23
90	4	5	4	4	5	5	27
91	3	3	4	5	3	4	22
92	4	4	4	4	5	5	26
93	5	5	4	5	5	4	28
94	4	4	5	4	4	4	25
95	3	5	5	5	5	4	27
96	2	4	5	4	4	4	23
97	4	4	4	5	5	4	26
98	4	4	5	4	4	5	26
99	3	3	5	4	3	5	23
100	4	2	3	5	4	4	22

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pengetahuan (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,662	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,749		Valid
3	0,624		Valid
4	0,660		Valid
5	0,583		Valid
6	0,603		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Persepsi Kemudahan (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,810	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,640		Valid
3	0,857		Valid
4	0,488		Valid
5	0,569		Valid
6	0,815		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Persepsi Kredibilitas (X_3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,755	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,798		Valid
3	0,639		Valid
4	0,798		Valid
5	0,755		Valid
6	0,798		Valid

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat Menggunakan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,719	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1954	Valid
2	0,732		Valid
3	0,687		Valid
4	0,476		Valid
5	0,737		Valid
6	0,628		Valid

Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	6

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kredibilitas (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	6

Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	6

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	100	18	30	23.56	3.267
Persepsi Kemudahan	100	15	30	24.34	3.098

Persepsi Kredibilitas	100	18	30	25.06	2.781
Minat Menggunakan	100	18	30	24.47	2.848
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.79672858
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.058
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.150 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

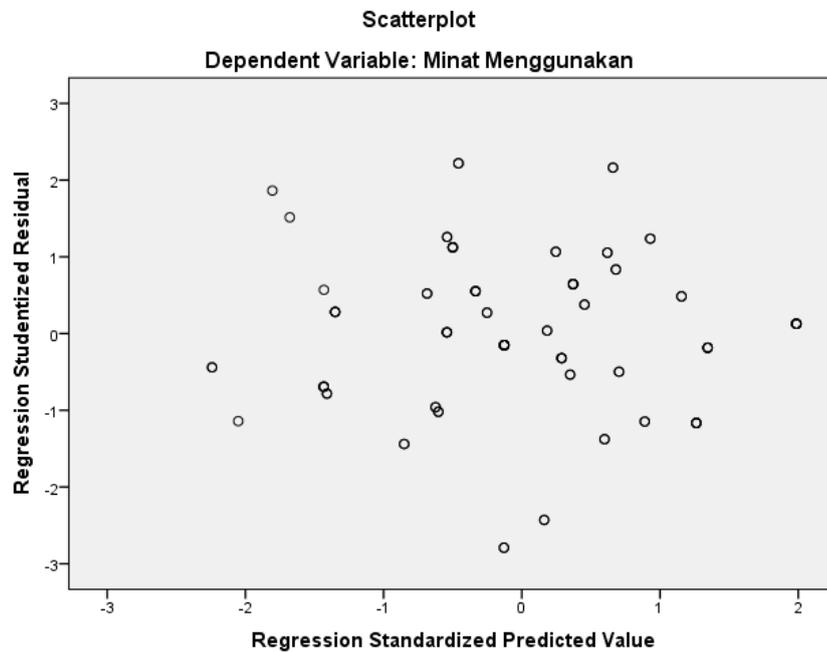
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.003	.744		1.348	.181		
	Pengetahuan	.340	.048	.390	7.108	.000	.271	3.690
	Persepsi Kemudahan	.225	.047	.245	4.753	.000	.306	3.264
	Persepsi Kredibilitas	.398	.062	.389	6.414	.000	.222	4.505

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.003	.744		1.348	.181
Pengetahuan	.340	.048	.390	7.108	.000
Persepsi Kemudahan	.225	.047	.245	4.753	.000
Persepsi Kredibilitas	.398	.062	.389	6.414	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 ^a	.922	.919	.809

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kredibilitas, Persepsi Kemudahan, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.003	.744		1.348	.181
Pengetahuan	.340	.048	.390	7.108	.000
Persepsi Kemudahan	.225	.047	.245	4.753	.000
Persepsi Kredibilitas	.398	.062	.389	6.414	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	740.067	3	246.689	376.847	.000 ^b
Residual	62.843	96	.655		
Total	802.910	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kredibilitas, Persepsi Kemudahan, Pengetahuan

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saudara/saudari dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada Program Studi Perbanka Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan maka saya,

Nama : Insi Luftiah Hsb

Nim : 19 401 00022

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang saudara/saudari berikan sangatlah berarti dalam menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul : **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* Syariah”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan saudara/saudari meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti ucapkan terimakasih.

Padangsidempuan, Agustus 2023

Hormat Saya

INSI LUFTIAH HSB

19 401 00022

KUESIONER (ANGKET) PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN *M-BANKING* SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT KECAMATAN SEI KANAN, KABUPATEN LABUHANBATU SELATAN)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Kami mohon kesediaan saudara/saudari untuk menjawab beberapa pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki :
 - b. Perempuan :
3. Usia :
 - a. 20-25 tahun :
 - b. 26-30 tahun :
 - c. 31-35 tahun :
 - d. ≥ 35 tahun :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang teredia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

4. Semua jawaban saudara/saudari dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

A. Pernyataan Pengetahuan (X_1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui jasa dan fitur yang tersedia dalam <i>mobile banking</i>					
2	Informasi rekening dan kartu kredit yang mencakup informasi saldo, riwayat transaksi, hingga daftar rekening giro deposito, tabungan berjangka.					
3	Transfer dana, baik itu antar rekening bank atau antar bank lain.					
4	Saya mengetahui bagaimana cara mengaktivasi produk <i>mobile banking</i>					
5	Pembayaran, baik untuk melakukan pembayaran tagihan telepon, kartu kredit, listrik, asuransi, hingga e-commerce					
6	Sesuai atribut dengan keinginan dan kebutuhan					

B. Pernyataan Persepsi Kemudahan (X_2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa <i>mobile banking</i> mudah untuk dimengerti					
2	Penggunaan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu nasabah dalam berinteraksi					
3	Sistem <i>mobile banking</i> mudah untuk digunakan					
4	Fitur yang tersedia dirancang dengan sangat sederhana sehingga mudah untuk dipahami dan digunakan					
5	<i>Mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah dimanapun kapanpun tanpa batas waktu selama ada jaringan internet					
6	<i>Mobile banking</i> dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					
	Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja					

C. Pernyataan Persepsi Kredibilitas (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa risiko penggunaan <i>mobile banking</i> dapat dibatasi/dikendalikan					
2	<i>Mobile banking</i> memiliki keamanan yang memadai					
3	Adanya jaminan bank bahwa uang yang ditransfer/dibayar sampai pada tujuan yang tepat					
4	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi saya.					
5	<i>Mobile banking</i> dapat menghemat waktu dan biaya seperti biaya transportasi					
6	Berbagai kebutuhan nasabah dalam bertransaksi seperti cek saldo, transfer antar rekening, melihat info kurs dan pembayaran lainnya.					

D. Pernyataan Minat Menggunakan (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1	Tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena memiliki banyak layanan seperti info rekening, transfer, dan registrasi pelayanan					
2	Berminat menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang					
3	<i>Mobile banking</i> salah satu sistem teknologi yang patut digunakan dan dikembangkan					
4	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan <i>mobile banking</i> dalam keseharian saya					
5	Saya merekomendasikan manfaat dari penggunaan fasilitas <i>mobile banking</i> kepada orang lain.					
6	Selalu mencari informasi terbaru tentang menu-menu yang ada di <i>mobile banking</i>					

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarmiana Batubara, M.A

NIP : 198603272019032012

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Penggunaan *M-Banking* Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sei Kanan Kabupaten Labuhanbatu Selatan).

Yang disusun oleh:

Nama : Insi Luftiah Hasibuan

Nim : 19 401 00022

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah (PS-1)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Agustus 2023
Validator

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

LEMBAR VALIDASI
ANGKET MINAT MENGGUNAKAN M-BANKING (Y)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Minat transaksional	1, 2				
Minat preferensial	3, 4				
Minat eksploratif	5, 6				

Catatan:

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, September 2023
Validator

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PENGETAHUAN (X₁)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Pengetahuan produk	1, 2				
Pengetahuan pembelian	3, 4				
Pengetahuan pemakaian	5, 6				

Catatan:

.....
.....
.....
.....
.....

Padangsidimpun, September 2023
Validator

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERSEPSI KEMUDAHAN (X₂)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem	1, 2				
Mudah untuk dipelajari dan dimengerti	3, 4				
Fleksibel (<i>felxible</i>)	5, 6				

Catatan:

.....

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, September 2023
Validator

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERSEPSI KREDIBILITAS (X₃)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan-pernyataan yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Besarnya risiko	1, 2				
Jaminan keamanan data pribadi	3, 4				
Kebutuhan transaksi	5, 6				

Catatan:

.....

Padangsidimpun, September 2023
Validator

Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

Lampiran

DOKUMENTASI



Gambar 1.
Izin Riset sekaligus wawancara dengan Sekretaris Camat Kecamatan Sei kanan



Pengisian angket bersama ibu mei di desa sabungan kecamatan sei kanan



Pengisian bersama ibu jam'ah di desa langgapayung



Pengisian angket bersama saudari putri di desa hajoran



Pengisian angket bersama saudara ifal di desa huta godang



Pengisian angket di desa marsonja



Pengisian angket di desa parimburan



Pengisian di desa BT. Nadenggan



Pengisian angket di des

