



**DETERMINAN MINAT GENERASI Z
MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL
PADA PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**PUTRI INDRIANI
NIM. 17 40100171**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**DETERMINAN MINAT GENERASI Z
MENGUNAKAN PEMBAYARAN DIGITAL
PADA PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**PUTRI INDRIANI
NIM. 1740100171**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 197907202011011005**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 198411302018012001**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **PUTRI INDRIANI**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 14 April 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **PUTRI INDRIANI Yang Berjudul “Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Perbankan Syariah”**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Tbu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 005

PEMBIMBING II



Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP. 198411302018012001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : PUTRI INDRIANI
NIM : 17 401 00171
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 IAIN Padangsidempuan 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, 14 April 2022
Pembuat Pernyataan,



PUTRI INDRIANI
NIM. 17 401 00171

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : PUTRI INDRIANI
Nim : 17 401 00171
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Perbankan Syariah.**

Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, 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 : 14 April 2022
Yang menyatakan,



Putri Indriani
NIM. 17 401 00171



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

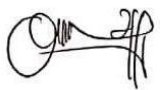
**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : PUTRI INDRIANI
Nim : 17 401 00171
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : DETERMINAN MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN
PEMBAYARAN DIGITAL PADA PERBANAKAN SYARIAH

Ketua


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si.
NIP. 19790525 200604 1 004

Sekretaris


Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E.
NIP. 19930227 201903 1 008

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si.
NIP. 19790525 200604 1 004


Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E.
NIP. 19930227 201903 1 008


Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005


Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di	: Padangsidempuan
Hari/Tanggal	: Kamis 27 April 2022
Pukul	: 08.00 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai	: Lulus/ 73, 75 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,52
Predikat	: Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **DETERMINAN MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN
PEMBAYARAN DIGITAL PADA PERBANKAN SYARIAH**
NAMA : **PUTRI INDRIANI**
NIM : **17 401 00171**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, Mei 2022

Dekan

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

ABSTRAK

Nama : Putri Indriani
Nim : 17 401 00171
Judul Skripsi :Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya minat dari mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan tentang pembayaran digital pada perbankan syariah hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman pada aplikasi pembayaran digital. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi Perbankan Syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui suatu pengaruh kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi Perbankan Syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah dan Teori-teori yang mendukung penelitian ini terdiri dari minat, kualitas layanan, promosi, kemudahan penggunaan, pembayaran digital dan generasi z.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 83 responden. Adapun uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji f dengan menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang dilakukan menggunakan *SPSS versi 26* menunjukkan secara parsial kualitas layanan dan promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan. Sedangkan secara simultan variabel kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Pembayaran Digital, Kemudahan, Minat

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur peneliti sampaikan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Perbankan Syariah”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan 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 terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan. Bapak Dr. Erawadi, M. Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A Wakil

Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwannuddin Harahap, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag.,, Selaku Wakil Dekan II bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M. Si., Selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Ibu Nofinawati, S.EI.MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
3. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti sendiri yang selalu memberikan motivasi, dukungan, ilmu pengetahuan dengan ikhlas kepada peneliti.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M dan Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. selaku dosen pembimbing saya yang selalu membimbing, memberikan arahan dan masukan dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu

pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

6. Teristimewa kepada Ayahanda (Khairuddin Hasibuan) dan Ibunda (Samila) tercinta yang selama ini telah membimbing, mendukung dan tiada henti-hentinya memberikan semangat kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi ini, Yang senantiasa selalu mendoakan agar penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar sesuai yang diharapkan.
7. Teruntuk adik-adik yang paling disayangi Dinda Umi Khadijah Hasibuan dan Syaifullah Ajie Hasibuan yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, serta keluarga dari pihak ayah Hasnah Hasibuan S.pd. Diana Hasibuan S.Pd. Halimah Hasibuan S.Pd. Putra Yadi Hasibuan S.E dan Muhammad Arif S.E yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini dan selalu memberikan banyak masukan.
8. Teruntuk seseorang yang selalu memberikan semangat setiap waktu dan abanghanda Lahmuddin Simangunsong S.T yang turut mendoakan dan memberikan banyak masukan kepada penulisan skripsi ini.
9. Teman-teman Perbankan Syariah 5 angkatan 2017 dan sahabat peneliti Devi Gustiyawati dan Kartika Rahma Lubis yang selalu membantu peneliti kapan saja mendukung peneliti dan selalu ada disaat apapun dan Elma, Sri, Zulaikha, Rina dan Ely yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

10. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017 yang telah memberikan respon positif selaku responden pada penelitian ini.
11. Teman-teman 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 tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, April 2022
Peneliti,

Putri Indriani
NIM. 17 401 00171

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. 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	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik 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

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
يْ.....	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
وْ.....	fatḥah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
..... ا..... ى	fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas

ي...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
و...	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat 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).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system 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.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. 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.

2. 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.

F. Hamzah

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

G. 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.

H. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal capital 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.

I. 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.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah	12
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian.....	13
H. Landasan Teori.....	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	15
1. Minat.....	15
a. Pengertian Minat	15
b. Cara Pembentukan Minat	16
c. Komponen-Komponen Minat	16
d. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat	17
2. Kualitas Layanan	18
a. Pengertian Kualitas Layanan	18
b. Indikator Kualitas Layanan	19
c. Faktor yang Memengaruhi Kualitas Layanan.....	21
d. Kriteria dalam Menilai Kualitas Layanan	23
3. Promosi	24
a. Pengertian Promosi	24
b. Tujuan Promosi.....	25
4. Kemudahan Penggunaan.....	26
a. Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	26
b. Indikator Kemudahan Penggunaan	27
5. Generasi Z	28

a. Pengertian Generasi Z	28
b. Karakteristik Generasi Z.....	30
6. Hubungan Kualitas Layanan terhadap Minat.....	31
7. Hubungan Promosi terhadap Minat	33
8. Hubungan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat	34
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pikir	41
D. Hipotesis	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	43
B. Jenis Penelitian.....	43
C. Populasi Dan Sampel.....	43
1. Populasi	43
2. Sampel.....	44
D. Instrumen Pengumpulan Data	46
1. Angket Atau Kuesioner.....	47
2. Wawancara	49
3. Dokumentasi.....	49
E. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reliabilitas	50
F. Analisis Data	51
1. Uji Linearitas	51
2. Uji Normalitas	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
a. Uji Multikolinearitas	52
b. Uji Heterokedastisitas	52
4. Uji Regresi Berganda	53
5. Uji Hipotesis	54
a. Koefisien Determinasi (R^2)	54
b. Uji Secara Parsial (Uji t).....	55
c. Uji Secara Simultan (Uji F)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum dan Sejarah Perusahaan.....	57
1. Gambaran Umum IAIN Padangsidimpuan.....	57
a. Sejarah Singkat IAIN Padangsidimpuan	57
b. Visi dan Misi IAIN Padangsidimpuan.....	60
c. Tujuan IAIN Padangsidimpuan.....	61
d. Lambang	61
2. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	63
a. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)	64
b. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	64

c. Program Studi Perbankan Syariah.....	65
3. Struktur Organisasi.....	67
B. Hasil Analisis Data	68
1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	68
a. Hasil Uji Validitas	68
b. Hasil Uji Reliabilitas	70
2. Hasil Analisis Data	71
a. Hasil Uji Linearitas.....	71
b. Hasil Uji Normalitas.....	74
c. Hasil Uji Asumsi Klasik	75
1) Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
2) Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
d. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
e. Hasil Uji Hipotesis	80
1) Hasil Koefisien Determinasi	80
2) Hasil Uji Parsial (Uji t)	81
3) Hasil Uji Simultan (Uji F).....	82
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
D. Keterbatasan Penelitian.....	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	10
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel III.1 Data Mahasiswa Aktif Prodi Perbankan Syariah	44
Tabel III.2 Jumlah Sampel	46
Tabel III.3 Pemberian Skor Pertanyaan Responden	47
Tabel III.4 Kisi-Kisi Kuesioner	48
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan.....	68
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Promosi	68
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan.....	69
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Minat	70
Tabel IV.5 Hasil Uji Realibilitas	71
Tabel IV.6 Hasil Uji Linearitas Kualitas Layanan	72
Tabel IV.7 Hasil Uji Linearitas Promosi.....	73
Tabel IV.8 Hasil Uji Linearitas Kemudahan Penggunaan	73
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedasitisitas	77
Tabel IV.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
Tabel IV. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2).....	80
Tabel IV. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	81
Tabel IV.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir	41
Gambar IV.1 Lambang IAIN Padangsidimpuan	61
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Prodi Perbankan Syariah.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	: Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
Lampiran 3	: Permohonan Surat Pra Riset
Lampiran 4	: Permohonan Surat Izin Riset
Lampiran 5	: Balasan Selesai Riset
Lampiran 6	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 7	: Dokumentasi Penyebaran Angket
Lampiran 8	: Data Angket
Lampiran 9	: Hasil Olahan Data Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank yang berlandaskan hukum-hukum Islam atau berdasarkan dari Al-Quran dan Hadist. Sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang bank syariah. Bermula didirikannya Bank Muamalat pada tahun 1992, yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia, terbukti tahan krisis moneter pada tahun 1998. Melihat keadaan tersebut, membuat bank konvensional termotivasi untuk mendirikan bank syariah. Hal ini dapat menjadi peluang bagi bank syariah untuk mendapatkan nasabah terutama nasabah muslim.

Jasa perbankan sangat penting dalam suatu Negara, dimana perbankan memiliki dua tujuan Pertama sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah dan yang kedua dengan menerima tabungan dari nasabah meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan yang diartikan bahwa bank dapat meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif.

Keberadaan program studi Perbankan Syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan sudah lama diketahui oleh mahasiswa, terutama dalam menggunakan pembayaran digital pada Perbankan Syariah.

Uang elektronik sama halnya dengan uang kertas hanya bentuk fisiknya saja yang berbeda melainkan fungsinya sebagai alat pembayaran agar mempermudah pengguna dan penjual dalam melakukan transaksi jual beli.

Pada zaman Rasulullah SAW tidak ada yang namanya uang kertas ataupun uang elektronik dan tidak ada dasar hukum yang mengaturnya baik dalam Al-Qur'an maupun dalam hadist. Dinar emas dan dirham perak serta uang bantu fulus (uang tembaga) merupakan mata uang yang berlaku pada zaman Rasulullah SAW. Dasar mata uang tersebut terus digunakan hinggamuncul uang kertas (paper money). Dalam surat An-Nisā' ayat 29 dan HR. Muslim dijelaskan

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹

Menurut tafsir Ibnu Abbas mengatakan bahwa orang-orang Islam berkata ALLAH SWT telah melarang kami untuk memakan harta sesama kamu. Yang dimaksud dengan *Yā ayyuhallażīna āmanū lā ta`kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili* Sesungguhnya Allah telah melarang kita memakan harta sesama kita dengan cara yang batil, sedangkan makanan adalah harta kita yang paling utama. Maka tidak halal bagi seorang pun di antara kita memakan pada (harta) orang lain, bagaimana nasib orang lain yang tidak mampu dan *illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim* mingkum Lafaz “*tijāratan*” bisa juga

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (QS. An-Nisa, 29).

dibaca “*tijāratun*”. Ungkapan ini adalah bentuk *istisna'* (pengecualian) *munqati'*. wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum rahīmā sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada kalian.²

Berdasarkan ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagai peringatan bahwasanya harta benda, baik yang ada ditanganmu ataupun ditangan orang lain adalah harta kamu. Lalu harta kamu itu dengan takdir dan karunia Allah Swt, ada yang diserahkan ditangan mu ada juga ditangan orang lain. Oleh karena itu betapa kaya nya seseorang jangan sampai lupa bahwa pada hakekatnya harta itu milik bersama. Di dalam harta yang dipegang selalu ada hak orang lain yang harus dikeluarkan jika tiba waktunya.

Minat merupakan sesuatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.³

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidimpuan, Menurut SaudariZaskia mengatakan bahwa :

Saudari tidak menggunakan pembayaran digital karena layanan yang ada di digital tersebut sulit dipahami dan ribet dan Karena menurut beliau lebih mudah menggunakan uang tunai dan beliau lebih sering pembayaran secara langsung dibanding menggunakan pembayaran digital karna menurut beliau uang tunai merupakan alat pembayaran

²Tafsir Ibnu Abbas, *Qur'an Surah An Nisaa*: 29, hlm. 192.

³Endro Arifin dan Achmad Fachodji, “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan,” *DalamJurnal MIX*, Vol. 5, No. 1 (2019): hlm. 139.

yang sah di Indonesia, Saudari tidak menggunakan Pembayaran Digital karena sulitnya jaringan dirumahnya yang membuat saudari enggan menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah.⁴

Menurut saudari Sarah mengatakan bahwa :

Saudari sulit menggunakan pembayaran digital tersebut dikarenakan banyak persyaratan dalam mendaftarnya dan beliau mengatakan bahwa beliau belum memahami secara maksimal kegunaan pembayaran digital disisi keamanan dan pengalaman karna disekeliling beliau belum ada yg menggunakan pembayaran digital .⁵

Menurut saudari Melisa mengatakan bahwa:

Saudari menggunakan Pembayaran Digital karena kurangnya edukasi atau informasi yang menjelaskan tentang sistem Pembayaran Digital tersebut dan beliau khawatir seorang *hacker* akan bekerja dengan sangat canggih dan akan mengambil uang dalam beberapa detik dan beliau sulit menggunakan pembayaran digital tersebut dikarenakan sering terjadi *error* dalam aplikasinya.⁶

Dari hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat disimpulkan bahwa ada tiga faktor penting yang menjadi determinan minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah, yaitu kualitas layanan, promosi, dan kemudahan penggunaan. Hal itu dibuktikan dengan beberapa pendapat yang disampaikan oleh beberapa mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Padangsidimpuan.

⁴Hasil Wawancara dengan Saudara Zaskia, Selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidimpuan, pada tanggal 11 September 2021, Pukul 10:00 WIB.

⁵Hasil Wawancara dengan saudari Sarah, Selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidimpuan, pada tanggal 11 September 2021, Pukul 11:00 WIB.

⁶Hasil Wawancara dengan saudari Melisa, Selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidimpuan, pada tanggal 11 September 2021, Pukul 11:30 WIB.

Kualitas layanan yaitu sebuah layanan yang memberikan konsumen kualitas atas jasa yang dipersepsikan oleh seseorang untuk menentukan harapan dan keinginan.⁷

Komunikasi pemasaran atau disebut juga dengan promosi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen pada suatu produk yang ditawarkan dan meninggalkan produk yang dihasilkan oleh pesaing sekaligus untuk mempertahankan konsumen yang bertahan, konsumen yang bertahan karna produk sebelumnya.⁸

Davis dalam Nasution mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam mempelajari komputer.

Hal ini dilakukan agar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memahami serta mengetahui faktor apa saja yang menjadi tolak ukur mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan pembayaran digital pada Perbankan Syariah, sehingga membuat ketertarikan mahasiswa untuk menggunakan pembayaran digital yang dimiliki Perbankan Syariah. Produk dan jasa yang ditawarkan dari segi promosi harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat serta pembayaran digital pada

⁷ Makrufah Hidayah Islamiyah, dkk, "Pengaruh Kemanfatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah," *Dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 8, No. 2 (2020): hlm. 305.

⁸ Mardiana Tuheplay dan Rismawati, "Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo" *Dalam Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10, No. 6 (2021): hlm. 3.

perbankan syariah harus bisa meningkatkan mutu pelayanan secara optimal, sehingga Bank Syariah dapat menimbulkan kesan yang baik bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudara Makrufah Hidayah Islamiah, Ivani Purwanto, Khayana Tirtha Gunawardana, dan Enggar Arrosyad, yang berjudul “Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Gopay di Jawa Tengah.” Menyimpulkan bahwa: secara simultan variabel kemanfaatan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan. Secara parsial variabel kemanfaatan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat, akan tetapi variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.⁹

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudara Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati, yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang.” Menyimpulkan bahwa: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-wallet*.¹⁰

⁹ Makrufah Hidayah Islamiah dkk., “Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 8, No. 2 (Desember 2020).

¹⁰ Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* Vol. 1, No. 2 (2020).

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudari Syafitri, yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi Ovo. Menyimpulkan bahwa: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap minat, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fitur layanan terhadap minat.¹¹

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudari Emy Lujjatun Nuri, yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Layanan Jasa OVO.” Menyimpulkan bahwa: Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Arah koefisien regresi positif artinya bila promosi semakin meningkat yang ditunjukkan dengan iklan OVO yang luas, merchant ovo lebih banyak, promosi yang menarik dan kualitas produk yang bagus, maka minat beli konsumen dengan menggunakan OVO akan meningkat.¹²

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudari Cynthia Syerin Perdana Putri, Jati Handayani, Dan Tribekti Maryanto Agustinus, yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang.” Menyimpulkan bahwa: secara simultan atau parsial daya

¹¹ Syafitri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Upgris Angkatan 2016-2019),” *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 4, 2020: hlm. 124.

¹² Emy Lujjatun Nuri, “Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Layanan Jasa OVO,” 2017.

tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan untuk menarik minat pelajar, kemudahan penggunaan dan keamanan menarik pengguna untuk beralih ke *E-money* khususnya di era digital.¹³

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh saudara Muhammad Fakhru Rizky Nst dan Hanifa Yasin yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan” Menyimpulkan bahwa: Promosi berpengaruh positif terhadap minat beli dan harga juga berpengaruh positif terhadap minat beli.¹⁴

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan fenomena penelitian yang dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul “Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Minat mahasiswa untuk menggunakan pembayaran digital masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan *smartphone* sudah meningkat

¹³Cynthia Syerin Perdana Putri, Jati Handayani, dan Tribekti Maryanto Agustinus, “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang,” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 9, No. 2 (2021).

¹⁴Muhammad Fakhru Rizky, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan,” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 14, No. 2 (2020): hlm. 137.

2. Kurangnya kepercayaan mahasiswa terhadap penggunaan pembayaran digital
3. Kurangnya pengetahuan yang didapatkan mahasiswa dalam segi kemudahan terhadap pembayaran digital
4. Faktor keamanan yang belum menjawab secara maksimal terhadap kebutuhan pengguna pembayaran digital
5. Kurangnya edukasi atau informasi kepada mahasiswa terhadap penggunaan pembayaran digital
6. Mahasiswa lebih menyukai transaksi langsung ke bank daripada menggunakan pembayaran digital

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi yang telah diuraikan di atas, peneliti membatasi masalah agar tidak meluas dan lebih terarah kepada masalah yang diteliti. Batasan masalah pada penelitian ini adalah batasan variabel bebas hanya difokuskan pada masalah Kualitas Layanan, Promosi dan Kemudahan Menggunakannya. Sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat. Dan yang menjadi objek penelitian hanya mahasiswa aktif FEBI Program Studi Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan angkatan 2018-2019 yang menjadi minat pengguna Pembayaran Digital.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul proposal ini maka disini dibuat definisi operasional variabel penelitian yakni sebagai berikut:

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. ¹⁵ Kualitas Pelayanan yang dimaksud adalah keunggulan dan manfaat yang diberikan oleh aplikasi pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan.	1) Bukti langsung 2) Kehandalan 3) Ketanggapan 4) Jaminan 5) Empati ¹⁶	Ordinal
Promosi (X ₂)	Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. ¹⁷ Promosi yang dimaksud adalah memperkenalkan produk atau fitur yang ada dalam pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI IAIN Padang sidimpuan.	1) Periklanan 2) Promosi Penjualan 3) Personal selling 4) Publisitas. ¹⁸	Ordinal

¹⁵ Zulfa Azzahra dan Dudi Pratomo, "Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Sistem Analisis Pengaruh Informasi Akuntansi Pembayaran Menggunakan Metode Delone & Mclean," *Dalam jurnal e-proceeding of management* Vol. 7, No. 2 (2020): hlm. 281.

¹⁶ Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Bangkes: Duta Media Publishing, 2017), hlm. 11.

¹⁷ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 177.

¹⁸ Makrufah Hidayah Islamiah dkk., "Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah," hlm 3.

Kemudahan Penggunaan (X ₃)	Kemudahan Penggunaan adalah Tingkat dimana keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. ¹⁹ Kemudahan Penggunaan yang dimaksud adalah kemudahan yang akan didapatkan dalam penggunaan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan.	1) Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) 2) Dapat dikontrol (<i>Controllable</i>) 3) Fleksibel 4) Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>). 5) Jelas dan dapat dipahami (<i>Clear and understandable</i>). ²⁰	Ordinal
Minat (Y)	Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. ²¹ Minat yang dimaksud adalah rasa tertarik mahasiswa dalam menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan.	1) Adanya perhatian dan kesadaran terhadap sesuatu benda/objek 2) Adanya perasaan (Senang) 3) Adanya dorongan 4) Adanya sikap	Ordinal

¹⁹ Laela dan Muhammad Asdar, *Manajemen Pemasaran Digital*, (Jawa Tengah: PT.Nasya Expanding Management, 2022), hlm. 54.

²⁰ Abdul Rahman dan Rizki Yudhi Dewantara, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 52, No. 1 (November 2019): hlm 4.

²¹ Muhammad Rifky Raedy, "Faktor Determinan Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking," (*Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017*), hlm. 16.

E. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan?
3. Apakah terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan

2. Untuk dapat mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan.
3. Untuk dapat mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan.
4. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi Mahasiswa maupun bagi pihak yang terlibat didalamnya, Diantaranya adalah:

1. Bagi instansi

Menjadi bahan masukan kepada perusahaan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa terhadap penggunaan pembayaran digital, dan hasil analisis dapat berguna dan bermanfaat untuk kemajuan perusahaan dalam mengembangkan layanan unggulan tersebut.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terkhusus di bidang perbankan syariah mengenai faktor yang memengaruhi minat menggunakan layanan pembayaran digital pada perbankan syariah

mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI 2018-2019 IAINPadangsidempuan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dalam ilmu perbankan dan metodologi penelitian, selain itu bermanfaat untuk memahami teori yang diperoleh peneliti selama perkuliahan dalam kondisi nyata perbankan.

4. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih memahami tentang layanan perbankan.

BAB II

LANDASAN TEORI

H. Landasan Teori

A. Kerangka teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.¹

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai kepuasan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu.

¹Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2015), hlm. 132.

b. Cara Pembentukan Minat

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungan dengan objek. yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain, meskipun minat dapat dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.
- 2) Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- 3) Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya. Belajar dari pengalaman.²

c. Komponen-Komponen Minat

Indikator-indikator dari minat dijelaskan oleh konsumen dari Schiffman dan Kanuk. Komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Adanya perhatian dan kesadaran terhadap sesuatu benda/objek
- 2) Adanya perasaan (Senang)
- 3) Adanya dorongan

²Dwitya Pratiwi Wulandari, 'Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam', Sumatera Utara, Tahun 2018.

4) Adanya sikap

Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan di atas mana dimensi operasional variabelnya adalah pencarian informasi pertimbangan membeli, ingin mengetahui produk, tertarik untuk mencoba.

d. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang dapat memengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan misalnya bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman perasaan mampu, dan kepribadian dan yang bersumber dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang. Menurut *Crow and Crow* ada tiga faktor yang memengaruhi minat yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk mengetahui sesuatu atau rasa ingin tahu yang dapat membangkitkan minat.
- 2) Motif sosial dapat menjadi faktor yang dapat membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang.

- 3) Faktor emosional minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

Pada dasarnya kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut.

2. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan atau pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi perusahaan.³

Bertolak dari definisi tersebut, kajian mengenai kualitas layanan perbankan (*banking service quality*), dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah (*customer*) terhadap pelayanan yang mereka terima, disesuaikan dengan standar kualitas layanan perbankan yang dimaksud kepada nasabahnya. Hal ini berarti apabila layanan perbankan yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) oleh nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik atau berkualitas tinggi. Sebaliknya, apabila tingkat layanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah daripada yang

³ Muhammad Santoso, *Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 6.

diharapkan, maka kualitas layanan perbankan tersebut dapat dipersepsikan buruk atau berkualitas rendah. Dengan demikian, persepsi yang ditunjukkan oleh nasabah akan memengaruhi loyalitas mereka terhadap perbankan dan akan menyampaikan persepsinya tersebut kepada nasabah yang lain. Hal ini berarti persepsi yang ditunjukkan oleh nasabah akan memengaruhi loyalitas nasabah secara langsung. Hal senada juga disampaikan oleh Tobing, bahwa nasabah yang loyal cenderung bersedia menceritakan pengalamannya kepada orang lain.⁴

b. Indikator Kualitas Pelayanan

1) Bukti Langsung (*Tangible*)

Tangible adalah kualitas pelayanan yang berupa sasaran fisik perkantoran, komputerisasi, ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan.

2) Keandalan (*Reliability*)

Reliability adalah kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih. Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika

⁴ Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto, "Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 20, No. 6 (2019): hlm. 138.

dilihat dalam bidang usaha jasa asuransi, maka sebuah layanan yang handal.

3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Responsiveness adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Assurance yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

5) Empati (*Emphaty*)

Emphaty yaitu Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik,

tentu saja layanan yang diberikan oleh para agent harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada nasabah.⁵

c. Faktor yang Memengaruhi Kualitas Layanan

Pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Pelayanan yang diterima melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan dikatakan sangat memuaskan. Tetapi bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.⁶ di antaranya adalah:

1) Intensitas Tenaga Kerja Yang Tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain: upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam sebuah perusahaan), pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi, motivasi kerja karyawan rendah.

⁵ Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, dan Agung Suwandar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 3, No. 4 (Januari 2016): hlm 121.

⁶ Muhammad Santoso, *Loyalitas Nasabah Pada Bank Pengkreditan Rakyat*, hlm. 6.

2) Gap Komunikasi

Bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa: penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan pesan komunikasi 24 penyedia layanan tidak dipahami pelanggan dan penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.

3) Memperlakukan Semua Pelanggan Dengan Cara Yang Sama

Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan, dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam. Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

4) Perluasan dan Pengembangan Layanan Secara Berlebihan

Di satu sisi, mengintroduksi layanan baru atau menyempurnakan layanan lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan buruk. Di sisi lain, bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang

didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.⁷

d. Kriteria dalam Menilai Kualitas Layanan

Terdapat tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas layanan, yaitu:

1) Hasil Terkait (*Outcome related*)

Kriteria yang berhubungan dengan hasil kinerja layanan yang ditunjukkan oleh penyedia layanan menyangkut profesionalisme dan keterampilan. Konsumen menyadari bahwa penyedia layanan memiliki sistem operasi, sumber daya fisik, dan pekerja dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memecahkan masalah konsumen secara profesional.

2) Proses Terkait (*Process related*)

Kriteria yang berhubungan dengan proses terjadinya layanan. Kriteria ini terdiri dari:

- a) Sikap dan perilaku pekerja.
- b) Keandalan dan sifat dapat dipercaya.
- c) Tindakan perbaikan jika melakukan kesalahan.
- d) Gambaran terkait (*Image related*)

⁷Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 199-200.

Yaitu reputasi dan kredibilitas penyedia layanan yang memberikan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan mampu memberikan nilai atau imbalan sesuai pengorbanannya.⁸

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu maupun rumah tangga. Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi melalui pesan-pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pembelian (*purchase*) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Perusahaan biasanya menggunakan iklan, promosi penjualan, pengerahan tenaga-tenaga penjualan, dan *public relations* sebagai alat penyampaian pesan-pesan tersebut dengan tujuan untuk dapat menarik perhatian dan minat masyarakat.

⁸ Rudi Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bangkes: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 36-37.

b. Tujuan promosi

Secara sederhana terbagi tujuan promosi terbagi tiga jenis yaitu, memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru seperti menciptakan kebutuhan, memengaruhi pelanggan untuk membeli merek dan mengingatkan pelanggan tentang merek yang termasuk memperkuat penetapan ancangan merek. Pada dasarnya, tujuan promosi mengandung tiga unsur yakni memberikan informasi, memengaruhi dan mengingatkan kepada pelanggannya tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan. Dalam kajian pemasaran, kegiatan promosi yang efektif dan efisien dapat dimasukkan sebagai bagian dari konsep bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*).⁹

Bauran komunikasi pemasaran merupakan penggabungan dari lima mode komunikasi pemasaran, yaitu *advertising*, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling*, dan *direct selling*.

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*advertising*) merupakan bentuk komunikasi non individu dengan sejumlah biaya menggunakan media tertentu yang dilaksanakan oleh perusahaan, organisasi non laba ataupun para individu. Tujuan utama periklanan

⁹Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta: Prenadamedia, 2017), hlm. 25.

adalah meningkatkan permintaan atas produk yang ditawarkan.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklan yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dengan menggunakan alat seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya, juga potongan harga seperti diskon pembelian produk.

3) Penjualan Secara Pribadi (*Personal Selling*)

Personal Selling merupakan memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung (tatap muka) agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

4) Publisitas

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang di sebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, ataupun tanpa pengawasan dari sponsor.¹⁰

4. Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Persepsi

¹⁰Selvie Nangoy, Silvy L. Mandey, dan Lotje Kawet, "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Store Manado Town Square)," hlm 9.

kemudahan juga dimaksud sejauh mana interaksi individu dengan sistem informasi atau teknologi yang spesifik terlepas dari pengaruh psikologis.¹¹

Kemudahan merupakan seberapa besar teknologi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan merupakan hal terpenting yang harus diperhatikan oleh para penyedia. Kemudahan ini bisa jadi levelnya beragam, tergantung juga dari pengguna atau pembeli itu sendiri tetapi tentu pada dasarnya ada standar kemudahan yang level-nya sama di semua pengguna. Kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan pembayaran digital dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan.¹² Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa pembayaran digital tersebut mudah untuk dipahami dan tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya.

b. Indikator-Indikator Kemudahan Penggunaan

- 1) mudah dipelajari (*easy to learn*)
- 2) Dapat dikontrol (*Controllable*)

¹¹Widia Permana dkk, *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*, (Malang: Elektronik Pertama dan Terbesar Di Indonesia, 2012), hlm. 54-55.

¹²Ikatan Bankir Indonesia, *strategi sukses bisnis bank*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 149.

- 3) Fleksibel (*flexible*)
- 4) Mudah digunakan (*easy to use*)
- 5) Jelas dan dapat dipahami (*Clear and understandable*).¹³

Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau manual.

5. Generasi Z

a. Pengertian Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995 hingga tahun 2010. Ada juga definisi yang mengkategorikan generasi Z sebagai generasi yang lahir dalam rentang tahun 1996 hingga 2015. Mengalami masukan perangkat seluler dari saat mereka lahir dan memiliki akses cenderung informasi lebih banyak daripada generasi lainnya.¹⁴ Menurut Destiana Rahmawati dalam buku yang berjudul *Millenials And I-Generation Life* mengatakan bahwa generasi Z atau I generasi merupakan peralihan dari generasi Y saat teknologi sedang berkembang, pola pikir generasi Z cenderung lebih instan dan bergantung pada teknologi serta mementingkan popularitas dari media

¹³Leoni Joan dan Tony Sitingjak, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay," *Jurnal Manajemen* Vol. 8, No. 2 (Mei 2019): hlm. 30.

¹⁴Tetty Nur Bayti, *Gagasan Milenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas*, (Atambua Barat: Fianosa Publishing, 2020), hlm. 21-23.

sosial yang digunakan.¹⁵ Usia mereka saat ini masih menginjak remaja, berada di tingkat akhir kuliah atau baru memasuki dunia kerja.

Menurut Anna Dolot mengatakan bahwa generasi Z merupakan generasi yang berfokus pada konten, mereka selalu memburu konten-konten yang kreatif atraktif dan pop. Generasi pasca milenial yang lahir dalam rentang tahun 1996 hingga 2010. Bagi generasi Z komunikasi yang efektif menjadi keharusan.¹⁶ Sedangkan menurut Novita Ratna Sari mengatakan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995-2010, mereka yang mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu¹⁷ Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya, sejak kecil generasi Z sudah mengenal teknologi yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian serta cara berpikir. Generasi Z benar-benar generasi pertama dalam dunia digital, *smartphone* dan media sosial sudah tidak dilihat sebagai perangkat dan platform akan tetapi lebih kepada cara hidup. Generasi Z merupakan generasi yang pertama kali memiliki intuitif digital menggunakan *facetime* dengan teman-teman, menghubungkan orang tua, serta memesan makanan atau minuman pada waktu yang bersamaan. Generasi Z sangat percaya diri, faktanya bahwa meskipun terus terhubung di media sosial

¹⁵ Destiana Rahmawati, *Millenials And I-Generation Life*, (Yogyakarta: Laksana, 2018), hlm. 16.

¹⁶ Khudrotun Nafisah, *Generasi Z Mengawasi Pilkada 2020*, (Jombang: Bawaslu, 2020), hlm. 12.

¹⁷ Novita Ratna Sari, *Kekuatan Kata-Kata*, (Jawa Timur: Pernal Edukreatif, 2021), hlm. 117.

generasi Z tampak kurang dalam keterlibatan sipil, generasi Z lebih memilih kerja mandiri dan cenderung enggan dalam kerja tim.¹⁸

b. Karakteristik Generasi Z

1) Menguasai Teknologi

Generasi Z adalah generasi digital yang pandai dan bijak akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Dapat mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan secara mudah dan cepat.

2) Sosial Generasi Z

sangat paham berinteraksi melalui media sosial dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui berbagai layanan aplikasi. Melalui layanan aplikasi mereka dengan mudah menunjukkan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara langsung.

3) Skeptis dan Sinis

Sikap skeptis dan sinis yang dimaksud adalah perilaku yang mengutamakan realita dalam pengambilan keputusan, akan mengutamakan kebutuhan sebagai dasar untuk menentukan sesuatu.

¹⁸Thomas Arifin, *Berani Jadi Pengusaha Sukses Usaha dan Raih Pinjaman*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018), hlm. 37.

4) Multitasking

Generasi Z terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Generasi Z menginginkan segala sesuatu dapat dilakukan dan berjalan dengan cepat.

5) Menjunjung tinggi privasi

Generasi Z tidak suka bila media sosialnya dilacak orang lain, sementara media sosial yang sifatnya lebih privat justru kian lebih disukai. Generasi Z ingin bebas berekspresi di media sosial tanpa terusik oleh opini orang lain.

6) Pola pikir yang sangat luas dan penuh kewaspadaan

Generasi Z tidak pernah kesulitan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan, sehingga membuat generasi Z memiliki pola pikir yang sangat luas dan ekstra waspada terhadap hal-hal di sekitarnya.¹⁹

6. Hubungan Kualitas Layanan dengan Minat

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian nya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang” menyimpulkan bahwa Pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari

¹⁹ Pendi Susanto, *Pandemi dan Anak Bangsa Menjadi Pintar*, (Ciamis: Tsaqiva Publishing, 2020), hlm. 119-120.

perusahaan berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan pembayaran digital.²⁰

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*” menyimpulkan bahwa Pelayanan yang nyata mereka peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan pembayaran digital.²¹

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB NIAGA” menyimpulkan bahwa Pelayanan yang mampu memberikan nilai tambah kepada nasabah berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan pembayaran digital.²²

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan kualitas layanan dengan minat menggunakan pembayaran digital yaitu jika layanan yang diberikan sangat baik maka minat nasabah menggunakan pembayaran digital juga semakin tinggi.

²⁰Nazaruddin Aziz, dkk, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah,”*dalam jurnal Pundi*, Vol. 03, No. 03 (2019): hlm. 228.

²¹Sukirno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking,”*Dalam Jurnal Nominal* Vol. 2, No. 1 (2019): hlm. 38-39.

²²Dedy Trisnadi, “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB NIAGA,”*Dalam Jurnal MIX* Vol. 3, No. 3 (2019): hlm. 375-376.

7. Hubungan Promosi dengan Minat

Promosi merupakan suatu bagian rangkaian kegiatan pemasaran suatu produk. Menurut Lalu Agustino Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.²³

Dalam penelitian Christian Hendy dan Sri Nathasya Br Sitepu yang berjudul “Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Minat Produk Mr.Beras” menyimpulkan bahwa adanya hubungan promosi terhadap minat nasabah terhadap pembayaran digital.²⁴

Dalam penelitian Muthia Shafitri, Lina Aryani, Nobelson yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone VIVO*” Menyimpulkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen”.²⁵

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan promosi dengan minat yaitu jika promosi yang diberikan positif dan sangat baik maka minat nasabah menggunakan pembayaran digital juga meningkat.

²³Lalu Agustino, “Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Penggunaan E-wallet,”*Dalam Jurnal 402 Kindai* Vol.17, No. 3 (2021): hlm. 401-402.

²⁴Christian Hendy Dan Sri Nathasya Br Sitepu, “Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Mr.Beras,” *Dalam jurnal manajemen dan start-up bisnis* Vol. 3, No. 6 (2019): hlm. 744.

²⁵Muthia Shafitri dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone Vivo*,”*Dalam Jurnal Manajemen dan Akuntansi* Vol. 2, No. 3 (2021): hlm. 203.

8. Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Minat

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha. Menurut Jogiyanto, persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang merasa percayabahaya sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya.²⁶

Dalam penelitian ini Leoni Joan dan Tony Sitinjak menyatakan:Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.Selain minat penggunaan, persepsi orang tersebut mengenai kebermanfaatan teknologi juga akan menjadi semakin baik.²⁷

Dalam penelitian Mhd Ali Maskuri dan Ergo Nurpatricia Kurniawan menyatakan: “Menunjukkan bahwa kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yangsignifikan secara statistik pada niat perilaku untuk berbelanja internet”²⁸

²⁶Dwika Lodia Putri dan Souvya Fithrie, “Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Pekanbaru,” *dalam Ikhrat Ekonomika*, Vol. 2, No. 2 (2019) hlm. 24.

²⁷Leony Joan dan Tony Sitinjak, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-pay,” *dalam jurnal manajemen*, Vol. 3, No. 4 (2019) hlm. 32.

²⁸Muh Ali Maskuri dan Ergo Nurpatricia Kurniawan, "Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online,”” *Dalam jurnal Manajemen Kewirausahaan* Vol. 16, No. 2 (2019): hlm. 140.

Dalam penelitian Selly Nisrina Faradilla dan Harry Soesanto menyatakan bahwa: "Sebuah sistem belanja online yang dinilai mudah digunakan secara otomatis akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakannya."²⁹

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan kemudahan penggunaan dengan minat yaitu jika seseorang meyakini bahwa teknologi yang digunakan mudah maka minat orang untuk menggunakan teknologi juga semakin meningkat.

B. Penelitian Terdahulu

Pada pembahasan mengenai penelitian ini, disajikan secara ringkas beberapa penelitian terdahulunya sebagai berikut :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mardiana Tuhepaly (Jurnal ilmu dan riset manajemen, 2018)	Pengaruh kepercayaan, promosi dan kemudahan terhadap minat penggunaan ovo	Variabel kepercayaan berpengaruh secara positif (searah) dan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan OVO pada Pengguna OVO.
2.	Siti Rodiah Inaya Sari Melati (Journal of economic education and entrepreneurship, 2020)	Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, resiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-wallet pada gnerasi milenial kota Semarang	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i>
3.	Amalia Rahma Putri, Ayu Kartika Ningrum dkk (Jurnal NSAFE, 2021)	Pengaruh promosi dan kemudahan pada minat penggunaan <i>e-wallet shoppepay</i>	Promosi dan kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan shoopepay.
4	Abdul Rahman Rizki Yudhi Dewantara, (Jurnal Administrasi Bisnis 2017)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan

²⁹ Sellyi Nisrina Faradilla dan Harry Soesanto, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening," *Dalam journal of management* Vol. 5, No. 3 (2020); hlm. 7.

		Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online	sistem transaksi jual beli online pada Konsumen “Z”;
5	Cynthia syerin perdana putri ,dkk (Jurnal keuangan dan bisnis, 2021)	Pengaruh daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> pada mahasiswa politeknik semarang	Kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> pada mahasiswa politeknik negeri Semarang
6	Nurya Dina Abrilia (Jurnal pendidikan tata niaga, 2020)	Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> pada aplikasi dana di surabaya.	Kemudahan dan fitur layanan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> pada aplikasi DANA.
7	Makrufah Hidayah Islamiyah (Jurnal bisnis dan manajemen islam, 2020)	Pengaruh kemanfaatan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> gopay di jawa tengah.	Terbukti bahwa kemanfaatan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat penggunaan <i>e-money</i> Gopay.
8	Khoirunnisa, dkk (Jurnal pendidikan tata niaga, 2020)	Pengaruh kemudahan penggunaan fitur produk, dan promosi terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi OVO sebagai alat transaksi belanja.	Kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan Aplikasi OVO sebagai alat transaksi belanja.
9	Syafitri (Jurnal KIMU, 2020)	Pengaruh persepsi kemudahan dan penggunaan, kepercayaan, fitur layanan terhadap minat menggunakan <i>financial technology</i> pada aplikasi ovo.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) terhadap minat menggunakan Fintech pada aplikasi Ovo studi kasus pada mahasiswa/i FEB Universitas PGRI Semarang.
10	Leoni Joan dan Tony Sitinjak (Jurnal Manajemen, 2019)	Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-pay.	Persepsi masyarakat kebermanfaatan dan kemudahan pengguna uang elektronik dengan positif dan merasakan manfaat dan mudahnya menggunakan uang elektronik maka akan timbul minat.
11	Endro Arifin dan Achmad Fachrodji (Jurnal MIX, 2015)	Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban achilles di jakarta selatan.	Persepsi kualitas produk dan promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan dan citra merk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli
12	Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga Hendrasyo (Jurnal Pundi, 2019)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah	Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menabung tidak dapat dijamin karena setelah peneliti melakukan penelitian terhadap hasil

		Menabung pada Bank Syariah	yang signifikan.
13	Lalu Agustino (Jurnal Kindai, 2021)	Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan E-wallet dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Penggunaan <i>E-wallet</i>	Persepsi kemudahan secara langsung memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Semakin tinggi persepsi kemudahan yang dirasakan konsumen, maka akan semakin tinggi juga tingkat kepercayaan konsumen terhadap E-Wallet.
14	Dwika Lodia Putri dan Souvya Fithrie (Jurnal Ekonomika, 2019)	Dwika Lodia Putri dan Souvya Fithrie, "Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> di Pekanbaru	Pengaruh variabel persepsi risiko dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan internet banking.
15	Christian Hendy dan Sry Nastasya (Jurnal manajemen dan start-up, 2019)	Kualitas layanan dan promosi terhadap minat beli produk mr-beras.	Kualitas layanan yang kurang baik mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk mr-beras.
16	Mutia Shafitri dkk (Jurnal manajemen dan akuntansi, 2021)	Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen smartphone vivo.	Menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pada smartphone vivo.
17	Muh Ali Maskuri dan Ergo Nurpatria Kurniawan (Jurnal manajemen kewirausahaan, 2019)	Kepercayaan, Kemudahan penggunaan dan <i>electronic word of mouth</i> terhadap Minat Beli online.	Menunjukkan bahwa dirasakan kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik pada niat perilaku untuk berbelanja di Internet.
18	Selly Nisrina Faradilla dan Harry Soesanto (Jurnal of management)	Analisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap Minat Beli dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.	Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan.

Adapun Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut:

- 1) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mardiana Tuhepaly terletak di salah satu variabel X dan lokasi penelitian, sedangkan

persamaan dengan penelitian ini yaitu variabel Y dan beberapa variabel X.

- 2) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati yakni terletak pada studi kasus, sedangkan persamaannya terletak pada variabel Y minat dan variabel X kemudahan penggunaan.
- 3) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Amalia Rahma Putri dkk yakni lokasi penelitian sedangkan persamaan dengan penelitian ini yakni sama-sama memiliki variabel X yakni promosi dan kemudahan penggunaan dan variabel Y yakni minat.
- 4) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Abdul Rahman Rizki Yudhi Dewantara terletak di lokasi penelitian, persamaannya variabel X Kemudahan penggunaan, dan variabel Y minat.
- 5) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Chintya Syerin Perdana Putri dkk terletak di lokasi penelitian dan salah satu variabel, sedangkan persamaan dengan penelitian ini yaitu sama sama meneliti tentang mahasiswa.
- 6) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nurya Dina Abrilia terletak pada lokasi penelitian, sedangkan persamaan dengan penelitian ini yaitu variabel X dan Y.
- 7) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Makrufah Hidayah Islamiah terletak pada satu variabel X yang berbeda, sedangkan

persamaan dengan penelitian ini yaitu variabel Y yaitu minat dan dua variabel X.

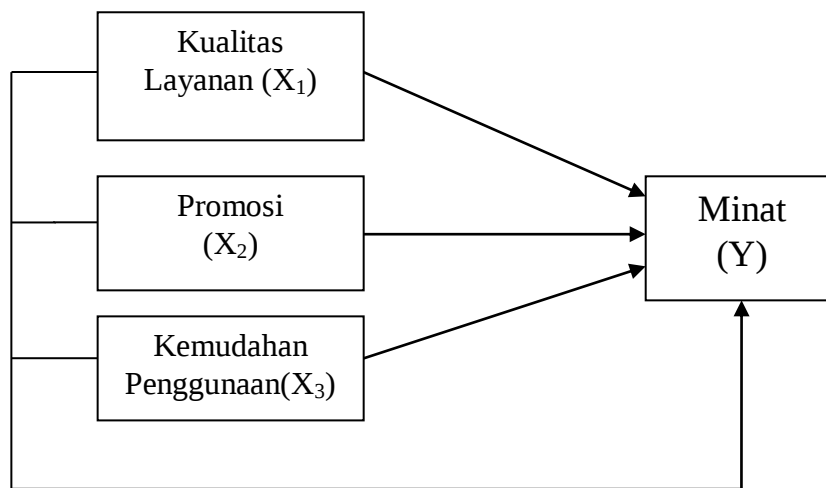
- 8) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Khoirunnisa dkk terletak pada membahas tentang fitur produk dan di penelitian ini membahas tentang kualitas layanan, dan persamaan dengan penelitian ini adalah variabel Y dan dua variabel X.
- 9) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Syafitri adalah tempat penelitian dan membahas tentang kepercayaan, sedangkan persamaan di penelitian ini yaitu pada variabel X_1 dan Y.
- 10) Perbedaan penelitian ini dengan peneliti Leony Joan dan Tony Sitinjak yaitu pada tempat penelitian, sedangkan persamaannya yaitu kemudahan pengguna dan variabel Y.
- 11) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Endro Arifin dan Achmad Fachrodzi terletak pada X_1 dan X_2 , Sedangkan persamaan pada penelitian ini yaitu membahas tentang promosi dan minat.
- 12) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nazaruddin Aziz dan Vito Shiga terletak pada X_2 kepercayaan dan di penelitian ini membahas tentang kemudahan penggunaan dan persamaan nya adalah variabel y dan dua variabel X.
- 13) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Lalu Agustino terletak pada persepsi manfaat pada X_3 dan di penelitian ini X_3 nya tentang kemudahan penggunaan dan persamaan nya adalah variabel Y dan X yg sama.

- 14) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dwika Lodia Putri dan Souvya Fithrie terletak pada X_1 dan X_2 dan persamaanya terletak pada Y dan X_3 .
- 15) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Christian Hendy dan Sry Natasyha terletak pada produk dan tempat penelitian sedangkan persamaaan nya terletak pada X_1 , X_2 dan Y .
- 16) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Mutia Shafitri dkk terletak pada X_2 dan persamaannya terletak pada Y .
- 17) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muh Ali Maskuri dan Ergo Nurpatria Kurniawan terletak pada X_1 dan persamaannya terletak pada X_2 dan Y .
- 18) Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Selly Nisrina Faradilla dan Harry Soesanto terletak pada X_2 dan persamaannya terletak pada X_1 dan Y .

C. Kerangka Pikir

Agar lebih memudahkan peneliti dan pembahas, peneliti memberikan skema untuk menjadi pedoman dalam penelitian yang akan diteliti digambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



Oleh karena itu, perlu diteliti apakah kualitas layanan, promosi dan kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat pada mahasiswa program studi perbankan syariah 2018-2019 FEBI IAIN Padangsidimpuan.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga disebut sebagai jawaban

sementara dari penelitian yang telah dilakukan, seperti perilaku, fenomena atau dengan kata lain keadaan tertentu yang telah terjadi.³⁰

Adapun hipotesis penelitian ini mengenai pengaruh kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat generasi Z menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa perbankan syariah adalah :

H₁ : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap minat generasi Z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan.

H₂ : Terdapat pengaruh promosi terhadap minat generasi Z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan.

H₃ : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat generasi Z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan.

H₄ : Terdapat pengaruh kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat generasi Z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan.

³⁰ Dodiet Aditya Setyawan, *Hipotesis dan Variabel Penelitian*, (Jakarta: Penerbit Tahta Media, 2021), hlm. 7-8.

BAB III

METDOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Alamat JL.T Rizal Nurdin No.Km 4, RW.5, Sihitang, Kec.Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara 22733 dan waktu penelitian dilaksanakan dari Juli 2021 sampai April 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menitikberatkan pada masalah pengukuran serta perencanaan yang dirinci secara jelas sebelum pengumpulan sampel dan analisis data, Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan rancangan yang tekstur, formal dan spesifik.¹ Metode kuantitatif dikatakan sebagai metode tradisional karena penggunaan yang sudah cukup lama dan menjadi tradisi sebagai metode untuk penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Populasi digunakan untuk

¹Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 58-59.

menyebutkan seluruh elemen/anggota suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan keseluruhan dari objek penelitian.² Adapun populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif 2018-2019 Program Studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan dengan jumlah 504 mahasiswa.³ Dengan data sebagai berikut :

Tabel III.1
Data Mahasiswa Aktif Program Studi Perbankan Syariah
2018-2019 IAIN Padangsidimpuan

No	Tahun	Jumlah Siswa
1	2018	296 Orang
2	2019	208 Orang
	Total	504 Orang

Sumber: Data Akademik Program Studi Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling*. Jika meneliti sebagian dari elemen-elemen tertentu suatu populasi, disebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus *slovin*.⁵

Dengan rumus sebagai berikut :

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

²Ahmad Nizar, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: CitaPustaka Media, 2016), hlm. 46.

³*Data Akademik Perbankan Syariah IAIN Padangsidimpuan*.

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: CV. Alfabeta, 2019), hlm. 116.

⁵Dameis Surya Anggara dan Saiful Anwar, *Modul Statistika Pendidikan*, (Tangerang Selatan: Unpam Press, 2017), hlm. 12.

Dimana:

n : Jumlah Anggota Sampel

N : Jumlah Anggota Populasi

e : error level (tingkat kesalahan sebesar 10%)

maka jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{504}{1 + (504 \cdot 0.1^2)}$$

$$n = \frac{504}{6,04}$$

$$n = 83,44 \text{ maka sampel menjadi } 83$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel dalam penelitian ini adalah 83 sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus $ni = \frac{Ni}{N} \cdot n$.⁶

Dimana:

ni = Jumlah sampel per tingkat

Ni = Jumlah populasi per tingkat

N = Jumlah keseluruhan populasi

n = Jumlah anggota sampel seluruhnya

Dengan sampel pada tiap tahun adalah:

⁶Rinal Wahyu Lubis, "Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Menggunakan Mobile Banking," (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm. 34.

Tabel III.2
Jumlah Sampel

NO	Tahun	Jumlah Sampel
1	2018	$ni = \frac{296}{504} \cdot 83 = 49$
2	2019	$ni = \frac{208}{504} \cdot 83 = 34$
	Total Jumlah	83

Dari perhitungan diatas maka pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental Sampling (accidental sampling)*, yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan. Yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dia termasuk mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan dan minat menggunakan pembayaran digital dapat digunakan sebagai sampel. bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data, Berdasarkan dengan ketentuan peneliti di batasan masalah mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI yang menjadi minat menggunakan pembayaran digital.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Menyusun instrumen merupakan langkah penting dalam pola prosedur penelitian. Sumber data dalam pengumpulan data, jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Populasi mengacu pada semua unit terkait (misalnya ekosistem, orang, perusahaan)

dalam ruang masalah tertentu dan pada waktu yang ditentukan, yang ingin dipelajari oleh peneliti.

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan metode sebagai berikut :

1. Angket atau Kuesioner

Kuesioner sering menggunakan daftar periksa (*checklist*) dan skala penilaian. Perangkat ini membantu menyederhanakan dan mengukur perilaku dan sikap responden. Daftar periksa (*checklist*) adalah daftar perilaku, karakteristik, atau entitas lain yang dicari peneliti. Baik peneliti atau peserta survei hanya memeriksa apakah setiap *item* dalam daftar diamati, hadir atau benar atau sebaliknya.⁷ Adapun yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dengan rumusan sebagai berikut :

Tabel III.3
Pemberian Skor Pertanyaan Responden

Kategori Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kemudian adapun prediksi kuesioner atau angket dalam variabel kualitas layanan yang akan peneliti lakukan, antara lain :

⁷Hardani dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, hlm 406.

Tabel III.4
Kisi – Kisi Kuesioner

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
Minat (Y)	a. Adanya perhatian dan kesadaran terhadap sesuatu benda/objek	1,2,3
	b. Adanya perasaan (senang)	4
	c. Adanya dorongan	5
	d. Adanya sikap	6
Kualitas layanan (X ₁)	a. Bukti langsung (<i>Tangible</i>)	1,2
	b. Keandalan (<i>Realibility</i>)	3
	c. Ketanggapan (<i>Responsivineness</i>)	4
	d. Jaminan (<i>Assurance</i>)	5
	e. Empati (<i>Emphaty</i>)	6
Promosi (X ₂)	a. Periklanan	1,2
	b. Promosi Penjualan	3
	c. Personal Selling	4,5
	d. Publisitas	6
Kemudahan Penggunaan (X ₃)	a. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)	1
	b. Dapat dikontrol (<i>Controllable</i>)	2,3
	c. Fleksibel	4
	d. Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>)	5
	e. Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>)	6

2. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi interaksional antara dua pihak, paling tidak salah satu pihak mempunyai satu tujuan antisipasi dan serius serta biasanya termasuk tanya jawab. Informasi dalam kehidupan dapat diperoleh dengan berbagai cara. Salah satu cara yang efektif digunakan untuk memperoleh informasi adalah dengan berinteraksi dengan orang lain.⁸ Interaksi yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan tujuan yang spesifik dapat dikategorikan sebagai wawancara. Wawancara dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai mahasiswa angkatan 2018-2019 program studi perbankan syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan tentang minat menggunakan pembayaran digital.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dapat berbentuk gambar atau foto, dan rekaman suara pada saat peneliti sedang mewawancarai mahasiswa angkatan 2018-2019 FEBI IAIN Padangsidimpuan terhadap minat menggunakan Pembayaran digital. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa angkatan 2018-2019 program studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan.

⁸Fadhallah, *Wawancara*, (Jakarta, Unj Press, 2020), hlm. 1-2.

E. Uji validitas dan Reliabilitas instrumen

1. Uji Validitas

Instrumen penelitian harus valid, untuk itu sebelum digunakan mengumpulkan data tentang *training* instrument penelitian diuji coba terlebih dahulu. Uji validitas terhadap penelitian ini adalah dengan menggunakan *Korelasi Person Product Moment* dengan aplikasi SPSS dengan kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan untuk mengumpulkan data.

2. Uji Reliabilitas

Untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih.⁹ Uji Reliabilitas dibuktikan terhadap butir-butir instrumen, dianalisis teknik *Alpha Cronbach* dari perhitungan akan diperoleh besarnya r_{11} atau r_{hitung} . Selanjutnya r_{hitung} di bandingkan dengan r_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk) = $N-1$ dan taraf signifikan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ instrumen dinyatakan reliabel, jika sebaliknya $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ berarti instrument dinyatakan tidak reliabel.¹⁰

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelian maka perlu dilakukan teknik analisis data. Data yang

⁹ Ovan dan Andika Saputra, *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (2020).

¹⁰ Marsono, *Metode Penelitian Kuantitatif Langkah Menyusun Skripsi, Tesis Atau Disertasi Menggunakan Teknik Analisis Jalur*, (Jakarta: In Media, 2016), hlm. 177.

dikumpulkan akan diolah dan di analisis dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS.¹¹

F. Analisis Data

Dalam suatu penelitian teknik analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian termasuk menganalisis alat-alat statistik yang relevan digunakan dalam penelitian tersebut. Apabila data sudah terkumpul dari hasil pengumpulan data maka kemudian akan dilakukan analisis atau pengolahan data.

1. Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear. Uji ini biasa digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05. Dengan kata lain, uji linearitas dalam pengujian asumsi regresi dapat terpenuhi, yaitu variabel Y merupakan fungsi linier dari gabungan variabel-variabel X.¹²

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual tersalurkan secara normal atau tidak. Jadi uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya.¹³ Metode yang digunakan untuk menguji normalitas yakni

¹¹ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*, 2021.

¹² Herlambang Rahmadhani, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2019.

¹³ Nawari, *Analisis Regresi*, 2010.

dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. signifikan hasil uji Kolmogorov-Smirnov 0,05, maka variabel x tersebut memiliki hubungan linear dengan y .

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentukan regresi linear.¹⁴ Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi didapatkan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat ataupun terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹⁵

Cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dilihat dengan nilai (VIF) dan *tolerance* dengan ketentuan jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹⁶

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan

¹⁴Kumba Digdowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: Lpu-Unas, 2017), hlm. 108.

¹⁵Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 119.

¹⁶Gunawan, hlm. 123.

pada model regresi.¹⁷ Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi) dengan dasar pengambilan keputusan nya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁸

4. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan metode analisis yang tepat manakalah masalah riset meliputi Satu variabel dependen kontinu beserta dua atau lebih variabel independen kontinu.¹⁹ Caranya adalah dengan memprediksi perubahan variabel dependen melalui perubahan variabel-variabel independen. Aturan yang dipakai adalah jumlah kuadrat terkecil. Persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah dengan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan Pembayaran digital dan variabel independen adalah kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan. Maka persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:²⁰

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Dimana :

¹⁷Nawari, *Analisis Regresi* (Jakarta: Gramedia, 2010), hlm. 227.

¹⁸Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 108.

¹⁹Johan Harlan, *Analisis Regresi Linear* (Depok: Gunadarma, 2018), hlm. 13.

²⁰Suyono, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm.2-3.

Y : Variabel dependen

X : Variabel independen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi variabel independen

e : *Error*

Dari persamaan diatas, maka diperoleh rumus matematika baru pada penelitian ini yaitu :

$$MM = a + B_1Kl + B_2P + B_3Kp + e$$

Dimana :

MM : Minat Menggunakan

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi Berganda

Kl : Kualitas Layanan

P : Promosi

Kp : Kemudahan Penggunaan

e : *Error*

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh perusahaan atau variasi dari variabel independen. Koefisien determinan menggambarkan bagian dari variabel total yang dapat diterangkan oleh modal. Jika nilai determinasi semakin besar atau mendekati 1 maka ketetapannya semakin membaik, begitu

juga sebaliknya, jika nilai determinasi semakin kecil bahkan semakin jauh 1 maka ketetapannya semakin jauh.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk pengujian variabel-variabel independen secara parsial (individu), yang digunakan untuk mengetahui signifikasi dan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variasi independent lainnya.²¹ Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0.05 setelah t_{hitung} diperoleh. Ketentuan dalam uji t adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²²

c. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji Simultan merupakan langkah yang harus dilewati sebelum memasuki uji t atau pengujian secara parsial. Uji simultan lebih dahulu dilalui. Pada dasarnya uji F akan menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap

²¹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 24.

²² Muhajir Nasir, *Statistik Pendidikan*, (Yogyakarta: Media Akademia, 2016), hlm. 85.

variabel independen.²³ Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun ketentuannya sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima²⁴

²³ Mudrajat Kuncoro, hlm. 245.

²⁴ Muhajir Nasir, hlm. 156.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum IAIN Padangsidempuan

a. Sejarah Singkat IAIN Padangsidempuan

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan adalah salah satu perguruan Tinggi Negeri di wilayah pantai barat Sumatera Utara. Secara historis, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan memiliki akar sejarah dengan Fakultas Tarbiyah Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU) Padangsidempuan.

Pada awalnya UNUSU merupakan perkembangan lanjutan dari Perguruan Tinggi Nahdlatul Ulama (PERTINU) yang didirikan pada tahun 1962. Yang pada saat itu hanya memiliki satu Fakultas Syariah. Setahun kemudian yaitu 1963 baru Fakultas Tarbiyah secara resmi dibuka dan menerima mahasiswa pertama sejumlah 11 orang. Pada tahun 1965 PERTINU menambah satu lagi Fakultasnya, yakni Fakultas Ushuluddin. Setelah adanya tiga Fakultas dan didorong keinginan hendak membuka fakultas- fakultas umum seperti Fakultas Hukum dan Fakultas Pertanian, maka timbullah ide untuk memperluas PERTINU menjadi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU).¹ Pada saat itulah terjadi perubahan Yayasan PERTINU

¹ Tim Penyusun, *Panduan Akademik Institut Agama Islam Negeri IAIN Padangsidempuan*, (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2019), hlm.1

menjadi Yayasan UNUSU dan menetapkan Syekh Ali Hasan Ahmad sebagai Rektor.

Pada tahun 1967 Yayasan UNUSU mengajukan permohonan kepada Menteri Agama RI, agar Fakultas Tarbiyah UNUSU dapat dirubah statusnya menjadi Negeri, dalam hal ini menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol Padang. Pada hari Sabtu tanggal 1 Juni 1968, Menteri Agama RI K.H Moch. Dahlan dengan Surat Keputusan Nomor 110 Tahun 1968 menegerikan Fakultas Tarbiyah UNUSU Padangsidempuan menjadi Fakultas Tarbiyah Imam Bonjol Padang Sumatera Barat.²

Setelah 5 tahun berlalu, sejalan dengan didirikan IAIN Sumatera Utara Medan pada Tahun 1973 berdasarkan keputusan Menteri Agama RI Nomor 97 tahun 1973 tanggal 1 Nopember 1973 tentang peresmian IAIN Sumatera Utara, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Cabang Imam Bonjol Padang, Sumatera Barat menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidempuan.

Selama lebih kurang 24 tahun berjalan, kemudian Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara Cabang Padangsidempuan berubah lagi menjadi STAIN Padangsidempuan berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997 dan Keputusan Menteri Agama RI Nomor 300 tahun 1997 dan No. 504 tahun 2003, tentang pendirian STAIN dikeluarkan, maka

²Ismail, "Pentingnya Sosialisasi Bagi Anak" *dalam Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, Vol. 2 No. 1 (2019);, hlm.28.

Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara di Padangsidempuan diubah Statusnya menjadi STAIN Padangsidempuan yang otonom dan berhak mengasuh beberapa jurusan sebagaimana layaknya IAIN di seluruh Indonesia.³

Pada tahun 2012 Ketua STAIN Padangsidempuan Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, memulai mengukir sejarah untuk alih status STAIN Padangsidempuan menjadi IAIN Padangsidempuan, tim solid dan bertekad untuk mewujudkan cita-cita itu, maka akhirnya membuahkan hasil yang gemilang. Maka turunlah Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan dan selanjutnya Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/9978 tentang Penetapan Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan pada tanggal 6 Januari 2014 STAIN Padangsidempuan beralih secara resmi menjadi IAIN Padangsidempuan, yang diresmikan oleh Menteri Agama RI Surya Darma Ali, dan dilantik sebagai Rektor pertamanya adalah Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL.

³Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), hlm.62.

Dengan demikian, IAIN Padangsidempuan memiliki status, fungsi dan peran yang sama dengan perguruan tinggi yang lain dan dapat dijadikan alternatif utama bagi siapa saja yang ingin cemerlang masa depan melalui Perguruan Tinggi Negeri yang menghususkan diri dalam *Islamic Studies*.⁴

b. Visi dan Misi IAIN Padangsidempuan.

1) Visi

Menjadi institusi pendidikan Islam yang integratif dan berbasis riset yang inter-konektif tahun 2024.

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu-ilmu keislaman, ilmu-ilmu sosial, dan humaniora yang integratif dan unggul
- b) Mengembangkan ilmu-ilmu keislaman, ilmu-ilmu sosial, dan humaniora dengan pendekatan inter-konektif
- c) Mengamalkan nilai-nilai keislaman dan budaya luhur dalam memberikan keteladanan dan pemberdayaan masyarakat
- d) Membangun sistem manajemen perguruan tinggi dengan tatakelola yang efektif dan efisien, transparan dan akuntabel
- e) Membangun transformasi terencana menuju Universitas Islam Negeri tahun 2024.⁵

⁴*Ibid.*, hlm. 4.

⁵ Wira Fitria Martinis, "Peran Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Iain Batusangkar Dalam Sosialisasi Perbankan Syariah Kepada Keluarga", *Skripsi* (Batusangkar: IAIN Batusangkar, 2020), hlm.7.

c. Tujuan IAIN Padangsidempuan

Tujuan IAIN Padangsidempuan adalah:

- 1) Menjadi institusi pendidikan yang memiliki kualitaskeilmuan, bercirikan keislaman, keindonesiaan, dan kearifan lokal yang integratif daninterkonektif/multidisipliner
- 2) Menjadi institusi pendidikan dengan tata kelola yang baik (*good institute culture*) berlandaskan pada prinsip yang efektif dan efisien, transparan, danakuntabel.

d. Lambang



Gambar IV.1 Lambang IAIN Padangsidempuan

Lambang institut terdiri dari unsur-unsur dan geometris visual yang memiliki pengertian sebagai berikut:

- 1) Kitab
 - a) Menggambarkan himpunan petunjuk, nilai-nilai moral, sumber inspirasi, dan kaiah hukum yang tertulis didalam kitab suci Al- Qur‘‘andanal-hadits yang harus ditaati bagipengembangan Institut.⁶

- b) Menggambarkan himpunan ilmu pengetahuan yang tertulis di dalam berbagai literatur yang harus terus dikaji dan dikembangkan oleh institut.

2) BolaDunia

- a) Menggambarkan universalitas
- b) Menggambarkan sumber sains (ayat-ayat kauniah) dan integrasi keilmuan.
- c) Menggambarkan perubahan dan dinamika kehidupan yang senantiasa harus direpson oleh institut.
- d) Bentuk Bagas Godang (Rumah Adat Tapanuli Bagian Selatan)
- e) Menggambarkan pengayoman para akademisi dan ilmuwan agar selalu berkarya dan memajukan ilmu pengetahuan berwawasan keislaman, keindonesiaan dan kearifan lokal yang integratif dan inter-konektif
- f) Menggambarkan misi islam sebagai rahmat bagi semesta (*rahmatan lil al-amin*).
- g) Tulisan IAIN PADANGSIDIMPUAN menunjukkan nama Institut
- h) Warna Hijau melambangkan keislaman, alam, kesuburan, perkembangan, harmoni dan optimisme, serta melambangkan kontinuitas sejarah transformasi Institut.

- i) Warna hitam melambangkan kedalaman dan pengembangan ilmu pengetahuan, keteguhan dan percaya diri.⁷
- j) Warna kuning melambangkan visi misi Institut menuju masa keemasan dan kecermelangan.

2. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri pada tahun 2013. Berdirinya FEBI bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang di tandatangani oleh Presiden Republik Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.⁸

⁷ Siakad IAIN Padangsidimpuan, di akses melalui <http://siakad.iain-padangsidimpuan.ac.id/mandiri/carimhs.php>, pada tanggal 25 maret 2022, pada pukul 22:00 WIB

⁸ <https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/sejarah/> diakses pada tanggal 26 Maret 2022 pada pukul 10:17 WIB.

a. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(FEBI)

1) Visi:

Menjadikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam *Center Of Excellence* untuk menghasilkan Lulusan yang Profesional, *Entrepreneurship* dan Berakhlak Mulia di Indonesia Tahun 2025.

2) Misi:

- a) Mengembangkan ilmu pengetahuan yang integratif dan *interkonektif* di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
- b) Melakukan riset dan publikasi ilmiah dalam bidang Ekonomi dan BisnisIslam.
- c) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam penerapan EkonomiIslam.⁹
- d) Menanamkan jiwa *entrepreneurship* yang inovatif dan kreatif untuk menciptakan lapangan kerja.
- e) Menerapkan etika Islam pada proses pendidikan dan pengajaran.

b. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam:

- 1) Menghasilkan Sarjana Ekonomi Islam Profesional yang memiliki kompetensi dan keilmuan dibidang ekonomi dan bisnis islam.

⁹ Tim Penyusun, *Panduan Akademik Institut Agama Islam Negeri IAIN Padangsidimpuan*, (Padangsidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2019), hlm. 42.

- 2) Menciptakan pelaku ekonomi yang bermoral, berbudi pekerti dan mempunyai integritas yang tinggi terhadap pengembangan ekonomi Islam

c. Program Studi:

- 1) Program Studi Perbankan Syariah(PS)

Visi:

Terwujudnya Pusat Pengembangan Keilmuan dan Keahlian di Bidang Perbankan Syariah Berbasis Teoantropoekosentris dan Berkontribusi di Tingkat Internasional

Misi:

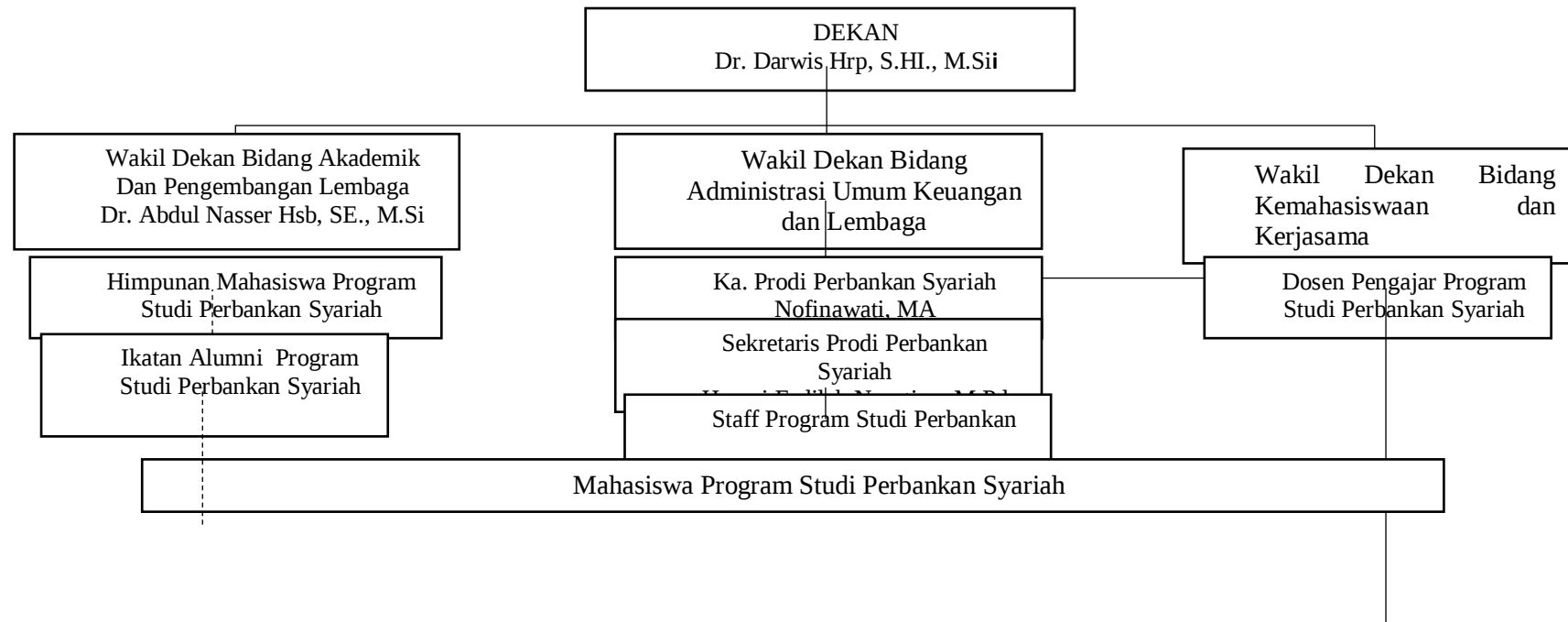
- a) Menyelenggarakan program pendidikan yang unggul di bidang ilmu perbankan syariah yang Berbasis Teoantropoekosentris
- b) Menyelenggarakan kegiatan penelitian yang kompetitif di bidang ilmu perbankan syariah yang dapat diterapkan dalam dunia akademik dan masyarakat
- c) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi masyarakat di bidang perbankan syariah.

- d) Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan di tingkat regional, nasional, dan internasional di bidang ilmu perbankan syariah¹⁰

¹⁰*Febi.iain-padangsidempuan.ac.id* diakses pada tanggal 26 Maret 2022 pada pukul 14.00 WIB.

3. Struktur Organisasi

GAMBAR IV.1
STUKTUR ORGANISASI PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM TAHUN 2021



B. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas item dari pernyataan kualitas layanan adalah sebagai berikut:

TABEL IV.1
Hasil Uji Validitas
Kualitas Layanan (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,733	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2=83-2=81$ pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2159$	Valid
2	0,703		Valid
3	0,610		Valid
4	0,695		Valid
5	0,728		Valid
6	0,690		Valid

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Hasil Uji validitas kualitas layanan pada Tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas layanan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=83$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2159. Sehingga keenam item angket kualitas layanan dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas untuk item pernyataan variabel promosi adalah:

TABEL IV.2
Hasil Uji Validitas
Promosi (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,569	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2=83-2=81$ pada taraf signifikan 5 %	Valid
2	0,613		Valid
3	0,638		Valid
4	0,726		Valid
5	0,689		Valid

6	0,615	sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}}=0,2159$	Valid
---	-------	---	-------

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Uji validitas promosi pada Tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai promosi dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=83$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2159. Sehingga ke enam item angket promosi dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas untuk item pernyataan variabel kemudahan penggunaan adalah :

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas
Kemudahan Penggunaan (X_3)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,273	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df=n-2=83-2=81$ pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}}=0,2159$	Valid
2	0,591		Valid
3	0,746		Valid
4	0,720		Valid
5	0,800		Valid
6	0,746		Valid

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Uji validitas kemudahan penggunaan pada Tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kemudahan penggunaan dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $n=83$ maka diperoleh r_{Tabel} adalah 0,2159. Sehingga ke enam item angket kemudahan penggunaan dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas untuk item pernyataan minat adalah :

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas
Minat Menggunakan (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,628	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 83 - 2 = 81$ pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2159$	Valid
2	0,556		Valid
3	0,736		Valid
4	0,498		Valid
5	0,796		Valid
6	0,674		Valid

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Uji validitas Minat pada Tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai minat dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 83$ maka diperoleh r_{Tabel} adalah 0,2159. Sehingga ke enam item angket Minat dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujinya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisa konsistensi butir-butir yang ada. Dengan melihat nilai cronbach alpha $> 0,60$ berikut ini uji reliabilitas dari variable kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan. Hasil uji reliabilitas dari variabel Kualitas Layanan, Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Minat:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Item</i>	Keterangan
Kualitas Layanan	0,784	83	Reliabel
Promosi	0,712	83	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,745	83	Reliabel
Minat Menggunakan	0,724	83	Reliabel

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Berdasarkan tabel IV.5 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* untuk variabel kualitas layanan $0,784 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas layanan reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variable promosi $0,712 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variable kemudahan penggunaan $0,745 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kemudahan penggunaan reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variable minat $0,724 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat reliabel.

2. Hasil Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga bisa dipahami, lalu untuk membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

a. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui variabel independen memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji linieritas menggunakan rumus taraf signifikan 0,05. Hasil perhitungan output data dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

1) Hasil Uji Linearitas Kualitas Layanan (X_1)

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Minat dan Kualitas Layanan mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Tabel IV.6
Hasil Uji Linearitas
Kualitas Layanan (X_1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menggunakan * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	147,899	13	11,377	1,546	,123
		Linearity	36,680	1	36,680	4,986	,029
		Deviation from Linearity	111,220	12	9,628	1,260	,262
	Within Groups		507,643	69	7,357		
	Total		655,542	82			

sumber: data diolah dari hasil output SPSS 26

Hasil uji linearitas antara Kualitas Layanan dan Minat berdasarkan pada Tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $> 0,05$. Nilai signifikan $0,262 > 0,05$. Berarti data tingkat Kualitas Layanan dan Minat memiliki hubungan yang linear.

2) Hasil Uji Linearitas Promosi (X_2)

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Minat dan Promosi mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Tabel IV.7
Hasil Uji Linearitas
Promosi (X₂)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menggunakan n* Promosi	Between Groups	(Combined)	95,417	11	8,674	1,100	,375
		Linearity	13,440	1	13,440	1,704	,196
		Deviation from Linearity	81,976	10	8,198	1,039	,421
	Within Groups		560,126	71	7,889		
	Total		655,542	82			

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Hasil uji linearitas antara Promosi dan Minat berdasarkan pada Tabel IV.7 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $>0,05$. Nilai signifikan $0,421 > 0,05$. Berarti data tingkat Promosi dan Minat memiliki hubungan yang linear.

3) Uji Linearitas Kemudahan Penggunaan (X₃)

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Minat dan Kemudahan Penggunaan mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Tabel IV.8
Hasil Uji Linearitas
Kemudahan Penggunaan (X₃)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menggunakan n* Promosi	Between Groups	(Combined)	320,801	11	29,164	6,186	<,001
		Linearity	248,733	1	248,733	52,757	<,001
		Deviation from Linearity	72,067	10	7,207	1,529	,147

	Within Groups	334,742	71	4,715		
	Total	655,542	82			

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Hasil uji linearitas antara Kemudahan Penggunaan dan Minat berdasarkan pada Tabel IV.8 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $>0,05$. Nilai signifikan $0,147 > 0,05$. Berarti data tingkat Kemudahan Penggunaan dan Minat memiliki hubungan yang linear.

b. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji kolmogorov-smirnov. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07338951
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.051
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Berdasarkan Tabel IV.9 terlihat nilai signifikansi (asympt. Sig.2-tailed) pada Tabel *Kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$) berarti data berdistribusi normal.

c. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel dalam satu model. Kemiripan antara variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: jika nilai *variance inflation factor* $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

Tabel IV.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.313	3.701		.625	.534		
	Kualitas Layanan	.077	.100	.070	.770	.443	.924	1.082
	Promosi	.122	.091	.118	1.347	.182	.998	1.002
	Kemudahan Penggunaan	.709	.109	.592	6.523	<.001	.924	1.082

Dependent Variable: Minat

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 26

Berdasarkan hasil uji pada tabel IV.10, dapat diketahui bahwa nilai VIF dari Variabel Kualitas Layanan adalah 1,082 dan variabel

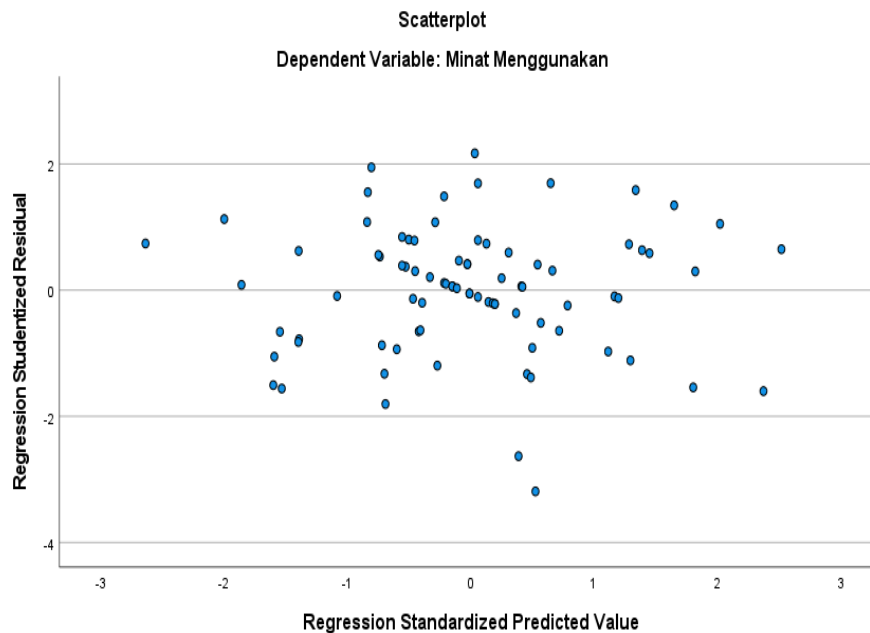
Promosi adalah 1,002 dan variabel Kemudahan Penggunaan adalah 1,082. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil < 10 . Nilai tolerance untuk variabel kualitas layanan adalah 0,924 dan untuk variabel promosi adalah 0,998 dan variabel kemudahan penggunaan adalah 0,924. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance dari kedua variabel $> 0,1$. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolenieritas antara variabel bebas.

2) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk mengetahui suatu perbedaan variasi residual antara periode pengamatan yang satu dengan periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas. Uji ini dilihat dengan menggunakan pola scatter plot, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu

- a) Penyebaran titik-titik data berada di bawah atau di atas atau masih di sekitar 0.
- b) Penyebaran titik-titik data tidak mengumpul di bawah atau di atas.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar dan bergelombang serta melebar dan menyempit kembali.
- d) Tidak-titik data penyebarannya tidak membentuk pola.

Tabel IV.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dari Output SPSS 26

Berdasarkan output IV.II di atas dapat diketahui bahwa titik-titik penyebaran data pada scatter plot tidak membentuk suatu pola tertentu, penyebaran data berada di bawah dan di atas sekitar angka 0 pada sumbu Y. Titik-titik data menyebar di bawah dan di atas serta tidak membentuk pola melebar dan bergelombang serta melebar dan menyempit kembali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan uji asumsi klasik.

d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara tiga variabel independen (kualitas layanan, promosi, kemudahan penggunaan) dengan variabel dependen (minat). Dalam hal ini peneliti menggunakan program SPSS Versi 26, untuk mencari hubungan

antara variabel-variabel tersebut. Adapun hubungan keduanya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.12
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.313	3.701		.625	.534
	Kualitas Layanan	.077	.100	.070	.770	.443
	Promosi	.122	.091	.118	1.347	.182
	Kemudahan Penggunaan	.709	.109	.592	6.523	.001
a. Dependent Variable: Minat						

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Dari hasil output di atas dapat kita lihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B maka persamaan suatu analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$MM = \alpha + \beta_1 K_l + \beta_2 P + \beta_3 K_p + e$$

$$Y = 2,313 + 0,077K_l + 0,122P + 0,709K_p + 3,701$$

- Nilai konstanta 2,313 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila Kualitas Layanan dan Minat dianggap konstan atau ditiadakan, maka Minat sebesar 2,313 satuan.
- Nilai koefisien Kualitas Layanan adalah sebesar 0,077, menunjukkan bahwa apabila tingkat meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkat minat sebesar 0,077 satuan, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara tingkat kualitas layanan dengan minat.

- c. Nilai koefisien promosi sebesar 0,122, menunjukkan bahwa apabila promosi meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkat minat sebesar 0,122 satuan, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan minat.
- d. Nilai koefisien kemudahan penggunaan sebesar 0,709, menunjukkan bahwa apabila kemudahan penggunaan meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkat minat sebesar 0,709 satuan, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kemudahan penggunaan dengan minat.

e. Hasil Uji Hipotesis

1) Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampaisejauh mana kecocokan atau ketepatan garis yang berbentuk dalam mewakili seluruh data atau variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu. Adapun hasil koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 ^a	.398	.375	2.235
a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Promosi, Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan				

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 26

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (R Squard) sebesar 0,398 menunjukkan bahwa 39% variabel kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan. Sedangkan 61% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

2) Hasil Uji Parsial (uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel bebas. Dengan menggunakan tingkat signifikan (α) 5% (0,05). Apabila $(t)_{hitung} > (t)_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan apabila $(t)_{hitung} < (t)_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial (uji t) sebagai berikut:

Tabel IV.14
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.313	3.701		.625	.534
	Kualitas Layanan	.077	.100	.070	.770	.443
	Promosi	.122	.091	.118	1.347	.182
	Kemudahan Penggunaan	.709	.109	.592	6.523	.001
a. Dependent Variable: Minat Menggunakan						

Sumber: data diolah dari hasil output spss 26

Dari hasil uji parsial Tabel VI.14 dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{hitung} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $83 - 3 - 1 = 79$ sebesar 1,664 yaitu:

- a) T_{hitung} Kualitas Layanan adalah $0,770 < T_{tabel} 1,664$. Maka H_0 diterima, artinya Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Minat.
- b) T_{hitung} Promosi adalah $1,347 < T_{tabel} 1,664$. Maka H_0 diterima, artinya Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat.
- c) T_{hitung} Kemudahan Penggunaan adalah $6.523 > T_{tabel} 1,664$. Maka H_a Diterima. artinya Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat.

3) Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Ketentuan dalam uji F ini adalah jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel IV.15
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.044	3	87.015	17.425	,001 ^b
	Residual	394.499	79	4.994		
	Total	655.542	82			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Promosi, Kualitas Layanan

Sumber: data diolah dari hasil output SPSS 26

Hasil uji simultan pada Tabel IV.15 , sebesar $F_{hitung} 17,425 > F_{Tabel} 2,72$

($df = n-k-1$ atau $83-2-1$), karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka H_a di terima, artinya ada pengaruh antara Kualitas Layanan, Promosi dan Kemudahan Penggunaan secara simultan terhadap Minat

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa determinan minat generasi z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel kualitas layanan $t_{hitung} < t_{tabel}$ disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Muhammad Santoso apabila tingkat layanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan perbankan tersebut dapat dipersepsikan buruk atau berkualitas rendah dan minat menggunakan pembayaran digital juga rendah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan oleh penelitian Nazaruddin dkk yang mengatakan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang” menyimpulkan bahwa Pelayanan ekstra yang tidak diduga dari perusahaan berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan pembayaran digital.

Salah satu penyebab kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI 2018-2019 IAIN Padangsidimpuan dikarenakan penggunaan pembayaran digital tidak di layani secara langsung dan tidak merasakan pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah.

2. Pengaruh Promosi terhadap Minat

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa determinan minat generasi z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel promosi $t_{hitung} < t_{tabel}$ disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara promosi terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori Kuncoro yang mengatakan promosi yaitu memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur yang ada sesuai kebutuhan dan memengaruhi minat nasabah untuk menggunakan nya

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Khumairotus Solehah “pengaruh promosi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah menggunakan internet banking pada bri syariah kcp ponorogo” yang mengatakan Persepsi promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking.

Salah satu penyebab promosi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada mahasiswa program studi perbankan syariah FEBI IAIN Padangsidimpuan dikarenakan mahasiswa tidak mendapatkan promosi secara langsung dari pihak perbankan syariah atau promosi yang diberikan oleh perbankan syariah kurang baik dan kurang kejelasan.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

Berdasarkan hasil uji regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa determinan minat generasi z menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan $t_{hitung} > t_{tabel}$ disimpulkan bahwa ada pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Andi persepsi kemudahan adalah yang menyatakan bahwa memberikan indikasi suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Leoni Joan dan Tony Sitinjak menyatakan ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini didukung oleh Dalam Mhd Ali Maskuri dan Ergo Nurpatria Kurniawan “Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan *Electronic Word Od Wouth* Terhadap Minat Beli Online” menyatakan Menunjukkan bahwa dirasakan kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik pada niat perilaku untuk berbelanja internet

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah.

4. Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

Berdasarkan hasil uji f telah dilakukan sebelumnya diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah IAIN Padangsidimpuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Muhammad Santosoyang menyatakan bahwa kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan

merupakan salah satu aspek penting dalam upaya meningkatkan minat menggunakan pembayaran digital.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang” menyimpulkan bahwa Pelayanan ekstra yang tidak diduga dan merupakan surprise dari perusahaan serta promosi yang baik dan jelas berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, promosi dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu

penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebar angket penulis tidak dapat mengetahui tentang kejujuran responden dalam memberikan atau menjawab setiap pertanyaan yang sudah diberikan sehingga dapat untuk mempengaruhi validitas dan reabilitas data
2. Keterbatasan pada penggunaan variabel independen hanya menggunakan variabel Kualitas Layanan, Promosi, Kemudahan Penggunaan sebagai variabel yang mempengaruhi Minat Menggunakan Pembayaran Digital.
3. Keterbatasan bahan materi berupa buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teori telah pustakanya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah maka beberapa kesimpulan dapat ditarik yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis uji t penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah
2. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah
3. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah
4. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan, promosi, kemudahan penggunaan secara simultan dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah

B. Saran-saran

1. Bagi Perbankan Syariah

Bagi Perbankan Syariah peneliti menyarankan untuk meningkatkan sosialisasi tentang menggunakan pembayaran digital kepada setiap nasabahnya seperti menawarkan kepada setiap nasabah yang datang ke bank

untuk diberi penjelasan secara gamblang mengenai menggunakan pembayaran digital lalu ditawarkan untuk pendaftaran dan dibantu pada saat registrasi sampai memberikan edukasi atau pembelajaran dalam menggunakan pembayaran digital. Bukan hanya itu, peneliti juga menyarankan agar fitur layanan pada aplikasi pembayaran digital di inovasi atau menambah layanan untuk melakukan pembayaran pada aplikasi pembayaran digital.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel penelitian menggunakan variabel lain yang dapat memengaruhi minat generasi Z menggunakan pembayaran digital sehingga dapat memberikan hasil yang lebih bervariasi, seperti pengetahuan, manfaat, promosi dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Ahmad Nizar, *Metodologi penelitian*, Bandung: CitaPustaka Media, 2016.

Tafsir Ibnu Abbas, *Qur'an Surah An Nisaa*.

Muhammad Santoso, *Loyalitas Nasabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Yogyakarta*: Deepublish, 2019.

Soegeng Wahyoedi dkk, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah Yogyakarta*: Deepublish, 2019.

Rudi Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah Bangkes*: Duta Media Publishing, 2020.

Tetty Nur Bayti, *Gagasan Milenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas*, Atambua Barat: Fianosa Publishing, 2020.

Nur Kholifah dkk, *Inovasi Pendidikan*, Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.

Fadhallah, *Wawancara*, Jakarta, Unj Press, 2020.

Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2014.

Widia Permana dkk, *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*, Malang, Elektronik Pertama dan Terbesar Di Indonesia, 2012.

Ovan dan Andika Saputra, *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, Sulawesi Selatan, Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020.

Suparna Wijaya, *Penghindaran Pajak*, Jakarta: Guepedia, 2021.

Dodiet Aditya Setyawan, *Hipotesis dan Variabel Penelitian*, Jakarta: Penerbit Tahta Media, 2021.

Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*, Surabaya: Health Books Publishing, 2021.

Herlambang Rahmadhani, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Nawari, *Analisis Regresi*, Jakarta: Gramedia, 2010.

Suyono, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Tarjo, *Metode Penelitian* Yogyakarta: Deepublish, 2017.

Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta:

Andi, 2018.

Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.

Destiana Rahmawati, *Millenials And I-generation Life*, Yogyakarta: Laksana, 2018.

Khodrotun Nafisa, *Generasi Z Mengawasi Pilkada 2020*, Jombang: Bawaslu, 2020.

Novita Ratna Sari, *Kekuatan Kata-kata*, Jawa Timur: Pernal Edukreatif, 2021.

Pendi Susanto, *Pandemi dan Anak Bangsa Menjadi Pintar*, Ciamis: Tsaqiva

Publishing, 2020.

Sumber Lainnya :

Abdul Rahman dan Rizki Yudhi Dewantara. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 52, no. 1, November 2017.

Cynthia Syerin Perdana Putri, Jati Handayani, dan Tribekti Maryanto Agustinus. "Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang." *Jurnal Keuangan dan Bisnis* Vol. 9, no. 2, 2021.

Faryal Musnadi Ihsan. "Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Masyarakat Kabupaten Aceh Barat Daya)." *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 2020.

Khoirunnisa dan Renny Dwijayanti. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi OVO Sebagai Alat Transaksi Belanja." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 8, no. 3, 2020.

Makrufah Hidayah Islamiah, Ivani Purwanto, Khayana Tirtha Gunawardana, dan Enggar Arrosyad. "Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas sPelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah." *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Volume 8, no. 2, Desember 2020.

Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* Volume 1, no. 2, 2020.

Endro Arifin dan Achmad Fachodji, "Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan," *Dalam Jurnal MIX* Vol. 5, No. 1, 2015.

Mardiana Tuheplay dan Rismawati, "Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo," *dalam jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10, No. 6, 2021.

Syafitri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Upgris Angkatan 2016-2019)," *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)*, Volume 1, No. 4, 2020.

Emy Lujjatun Nuri, "Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Layanan Jasa OVO", Volume 5, No 1, 2017.

Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto, "Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Volume 20, 2017.

Leoni Joan dan Tony Sitinjak, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay," *Jurnal Manajemen* Volume 8, no. 2, 2019.

Abdul Yusuf dkk., "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Ovo," *Jurnal Manajemen* Vol 11, no. 1, 2021.

Sukirno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*," *Dalam jurnal nominal* Vol. 2, No. 1, 2013.

Dedy Trisnadi, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di CIMB NIAGA," *Dalam jurnal MIX* Vol. 3, No. 3, 2013.

Christian Hendy Dan Sry Nathasya Br Sitepu, "Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Mr.Beras," *Dalam jurnal manajemen dan start-up bisnis* Vol. 3, No. 6, 2019.

Muthia Shafitri dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone vivo*,” *Dalam jurnal Manajemen dan akuntansi* Vol. 2, No. 3, 2021.

Muh Ali Maskuri dan Ergo Nurpatricia Kurniawan, “Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online” *Dalam jurnal Manajemen Kewirausahaan* Vol. 16, No. 2, 2019.

Sellyi Nisrina Faradilla dan Harry Soesanto, “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening,” *Dalam journal of management* Vol. 5, No. 3, 2016.

Sumber Wawancara :

Hasil Wawancara dengan Saudara Zaskia, Selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidempuan, pada tanggal 11 September 2021, Pukul 10:00 WIB.

Hasil Wawancara dengan saudari Sarah, Selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidempuan, pada tanggal 11 September 2021, Pukul 11:00 WIB.

Hasil Wawancara dengan saudari Melisa, Selaku Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Padangsidempuan, pada tanggal 11 September 2021, Pukul 11:30 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Putri Indriani
2. Nama Panggilan : Putri
3. Tempat/Tgl. Lahir : Bangun Sari, 13 Juli 1998
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Anak ke : 1 (Pertama) dari 3 (Tiga) Bersaudara
7. Alamat : Desa Janji Dusun Bangun Sari Kota Rantau Prapat
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. No. Telepon/HP : 0822-7315-8015
10. E-mail : Indrianiputri13@gmail.com

B. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama ayah : Khairuddin Hasibuan
2. Pekerjaan : Petani
3. Nama Ibu : Samila
4. Pekerjaan : Wiraswasta dan Ibu Rumah Tangga

C. IDENTITAS SEKOLAH

1. Tahun 2006-2011 : SDN 118372 Bangun Sari
2. Tahun 2011-2014 : SMP N3 Bilah Barat
3. Tahun 2014-2017 : SMK Swasta Siti Banun
4. Tahun 2017-2021 : Program Sarjana (S-1), Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuana

D. MOTTO HIDUP

Orang tua harus selalu bahagia karena aku dan adik-adikku, maka dunia ku akan terus berjalan bahagia dan baik-baik saja.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP : 198411302018012001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah.”

Yang disusun oleh:

Nama : Putri Indriani

Nim : 17 401 00171

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

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, Maret 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET MINAT (Y)

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Adanya perhatian dan kesadaran terhadap sesuatu benda/objek	1,2,3			
Adanya perasaan (Senang)	4			
Adanya dorongan	5			
Adanya sikap	6			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, Maret 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M
NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS LAYANAN(X₁)

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Bukti Langsung (Tangible)	1,2			
Kehandalan (Realibility)	3			
Ketanggapan (Responsiveness)	4			
Jaminan (Assurance)	5			
Empati (Emphaty)	6			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, Maret 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PROMOSI (X₂)

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Periklanan	1,2			
Promosi Penjualan	3			
Personal selling	4,5			
Publisitas	6			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP: 198411302018012001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X₃)

Petunjuk:

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

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Mudah dipelajari (easy to learn)	1			
Dapat dikontrol (Controllable)	2,3			
Fleksibel	4			
Mudah digunakan (Easy to use)	5			
Jelas dan dapat dipahami (Clear and understandable)	6			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, Maret 2022

Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M

NIP: 198411302018012001

ANGKET PENELITIAN

KepadaYth

Bapak/Ibu/Saudara/iResponden

Assalamu'alaikumWr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, saya :

Nama : Putri Indriani

NIM : 17 401 00171

Prodi/Fakultas : Perbankan Syariah – Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital Pada Perbankan Syariah**”. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/I untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang saudara/I berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Padangsidempuan, Maret 2022

HormatSaya

PUTRI INDRIANI

Nim. 17 401 00171

ANGKET PENELITIAN
DETERMINAN MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN PEMBAYARAN
DIGITAL PADA PERBANKAN SYARIAH

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
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.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/idijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian

Daftar Pertanyaan:

1. Angket MINAT(Y)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan pembayaran digital karena lebih baik daripada setor tunai secara langsung					
2	Saya menggunakan pembayaran digital karena percaya pada kemampuan aplikasi pembayaran digital					
3	Saya akan menggunakan transaksi noncash pada pembayaran digital sebab dapat meminimalisir adanya tindakan kejahatan					

4	Saya memilih menggunakan pembayaran digital karna memudahkan saya untuk bertransaksi					
5	Jaminan keamanan yang ada pada aplikasi pembayaran digital mendorong saya untuk menggunakan pembayaran digital					
6	Bank-bank penyedia layanan transaksi noncash tidak memungut biaya atas transaksi yang dilakukan di bank yang sama pada pembayaran digital					

2. Angket Kualitas Layanan (X₁)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Fitur yang ada dalam aplikasi pembayaran digital sangat menarik					
2.	Aplikasi tidak memberatkan kapasitas pada handphone					
3.	Cepat dalam bertransaksi pada aplikasi pembayaran digital					
4.	Jawaban keluhan saya di respon dengan cepat melalui email					
5.	Merasa aman dalam bertransaksi melalui aplikasi pembayaran digital					
6.	Pada aplikasi pembayaran digital tersedia fitur bagi nasabah untuk menyampaikan kepuasan terhadap layanan yang diberikan					

3. Promosi (X₂)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berminat menggunakan pembayaran digital pada perbankan syariah karena iklannya sangat bagus dan menarik					
2.	Saya menggunakan pembayaran digital karena melihat dari brousur					
3.	Promosi penjualan berpengaruh					

	positif terhadap peningkatan penggunaan pembayaran digital					
4.	Pihak bank mampu mempengaruhi nasabah untuk menggunakan aplikasi pembayaran digital					
5.	Pihak bank menjelaskan kelebihan aplikasi pembayaran digital ketika datang ke bank					
6.	Saya mengetahui pembayaran digital melalui email marketing					

4. Angket Kemudahan Penggunaan(X₃)

No .	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya bertransaksi menggunakan pembayaran digital karna cara penggunaannya mudah dimengerti					
2.	Dengan adanya pembayaran digital lebih mudah dalam mengontrol atau melihat saldo dan transaksi					
3	Saya menggunakan pembayaran digital karena tidak terikat oleh waktu					
4	Saya merasa transaksi noncash sangat fleksibel untuk digunakan					
5	Dapat dilakukan ketika berpergian					
6	Tahapan transaksi pada pembayaran digital mudah di pahami					

Padangsidempuan,

Maret 2022

Responden

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X
X1.1	Pearson Correlation	1	,451**	,399**	,368**	,484**	,332**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,002	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X1.2	Pearson Correlation	,451**	1	,342**	,379**	,294**	,476**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000	,007	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X1.3	Pearson Correlation	,399**	,342**	1	,179	,362**	,284**	,610**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,106	,001	,009	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X1.4	Pearson Correlation	,368**	,379**	,179	1	,477**	,492**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,106		,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X1.5	Pearson Correlation	,484**	,294**	,362**	,477**	1	,332**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,001	,000		,002	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X1.6	Pearson Correlation	,332**	,476**	,284**	,492**	,332**	1	,690**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,009	,000	,002		,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Total X	Pearson Correlation	,733**	,703**	,610**	,695**	,728**	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	83	83	83	83	83	83	83

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

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,395**	,026	,299**	,148	,478**	,569**
	Sig. (2-tailed)		,000	,812	,006	,182	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X2.2	Pearson Correlation	,395**	1	,168	,286**	,226*	,311**	,613**
	Sig. (2-tailed)	,000		,128	,009	,040	,004	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X2.3	Pearson Correlation	,026	,168	1	,498**	,403**	,213	,638**
	Sig. (2-tailed)	,812	,128		,000	,000	,053	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X2.4	Pearson Correlation	,299**	,286**	,498**	1	,539**	,158	,726**
	Sig. (2-tailed)	,006	,009	,000		,000	,154	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X2.5	Pearson Correlation	,148	,226*	,403**	,539**	1	,289**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,182	,040	,000	,000		,008	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X2.6	Pearson Correlation	,478**	,311**	,213	,158	,289**	1	,615**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,053	,154	,008		,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Total X2	Pearson Correlation	,569**	,613**	,638**	,726**	,689**	,615**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	83	83	83	83	83	83	83

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

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

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,132	,159	,145	,191	,203	,273 [*]
	Sig. (2-tailed)		,235	,152	,190	,083	,066	,012
	N	83	83	83	83	83	83	83
X3.2	Pearson Correlation	,132	1	,328 ^{**}	,167	,290 ^{**}	,354 ^{**}	,591 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,235		,002	,131	,008	,001	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X3.3	Pearson Correlation	,159	,328 ^{**}	1	,427 ^{**}	,486 ^{**}	,474 ^{**}	,746 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,152	,002		,000	,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X3.4	Pearson Correlation	,145	,167	,427 ^{**}	1	,603 ^{**}	,369 ^{**}	,720 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,190	,131	,000		,000	,001	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X3.5	Pearson Correlation	,191	,290 ^{**}	,486 ^{**}	,603 ^{**}	1	,506 ^{**}	,800 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,083	,008	,000	,000		,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
X3.6	Pearson Correlation	,203	,354 ^{**}	,474 ^{**}	,369 ^{**}	,506 ^{**}	1	,746 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,066	,001	,000	,001	,000		,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Total X3	Pearson Correlation	,273 [*]	,591 ^{**}	,746 ^{**}	,720 ^{**}	,800 ^{**}	,746 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	83	83	83	83	83	83	83

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

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

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	,451**	,375**	,074	,287**	,155	,628**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,506	,009	,163	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y2	Pearson Correlation	,451**	1	,365**	,197	,276*	,041	,556**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,074	,012	,712	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y3	Pearson Correlation	,375**	,365**	1	,196	,515**	,391**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,076	,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y4	Pearson Correlation	,074	,197	,196	1	,392**	,293**	,498**
	Sig. (2-tailed)	,506	,074	,076		,000	,007	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y5	Pearson Correlation	,287**	,276*	,515**	,392**	1	,614**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,009	,012	,000	,000		,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y6	Pearson Correlation	,155	,041	,391**	,293**	,614**	1	,674**
	Sig. (2-tailed)	,163	,712	,000	,007	,000		,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Total Y	Pearson Correlation	,628**	,556**	,736**	,498**	,796**	,674**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	83	83	83	83	83	83	83

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.784	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.712	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.745	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.724	6

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menggunakan * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	147.899	13	11.377	1.546	.123
		Linearity	36.680	1	36.680	4.986	.029
		Deviation from Linearity	111.220	12	9.268	1.260	.262
	Within Groups		507.643	69	7.357		
	Total		655.542	82			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menggunakan * Promosi	Between Groups	(Combined)	95.417	11	8.674	1.100	.375
		Linearity	13.440	1	13.440	1.704	.196
		Deviation from Linearity	81.976	10	8.198	1.039	.421
	Within Groups		560.126	71	7.889		
	Total		655.542	82			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menggunakan * Kemudahan Penggunaan	Between Groups	(Combined)	320.801	11	29.164	6.186	<,001
		Linearity	248.733	1	248.733	52.757	<,001
		Deviation from Linearity	72.067	10	7.207	1.529	.147
	Within Groups		334.742	71	4.715		
	Total		655.542	82			

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07338951
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.051
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

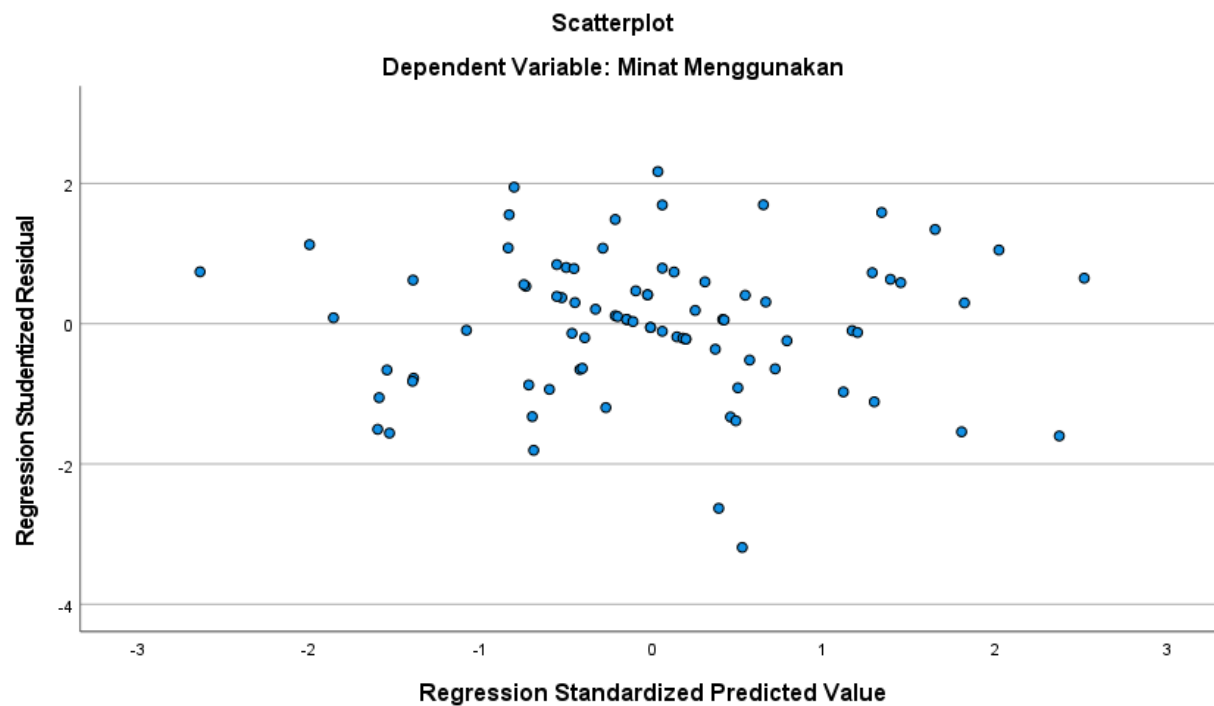
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.313	3.701		.625	.534		
	Kualitas Layanan	.077	.100	.070	.770	.443	.924	1.082
	Promosi	.122	.091	.118	1.347	.182	.998	1.002
	Kemudahan Penggunaan	.709	.109	.592	6.523	<.001	.924	1.082

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan



Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.313	3.701		.625	.534
	Kualitas Layanan	.077	.100	.070	.770	.443
	Promosi	.122	.091	.118	1.347	.182
	Kemudahan Penggunaan	.709	.109	.592	6.523	<.001

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 ^a	.398	.375	2.235

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Promosi, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.313	3.701		.625	.534
	Kualitas Layanan	.077	.100	.070	.770	.443
	Promosi	.122	.091	.118	1.347	.182
	Kemudahan Penggunaan	.709	.109	.592	6.523	<.001

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.044	3	87.015	17.425	<.001 ^b
	Residual	394.499	79	4.994		
	Total	655.542	82			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Promosi, Kualitas Layanan

Rekapitulasi Hasil Angket Kualitas Layanan							
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
1	5	3	4	4	4	5	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	2	2	4	20
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	2	2	4	20
7	4	4	4	4	4	4	24
8	3	3	3	3	3	3	18
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	5	3	4	4	4	24
11	3	4	3	4	3	3	20
12	5	5	5	4	5	5	29
13	4	4	4	4	4	5	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	4	3	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	4	4	4	4	4	25
18	5	4	4	5	4	4	26
19	5	5	4	4	4	4	26
20	3	4	5	4	4	4	24
21	4	3	3	3	3	4	20
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	5	4	5	26
26	3	4	4	4	4	5	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	4	4	4	4	4	4	24
31	4	3	4	3	4	3	21
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	4	4	4	3	4	22
34	4	5	4	5	1	5	24
35	3	3	3	3	3	3	18
36	4	2	4	3	4	2	19
37	2	2	4	3	2	3	16

38	4	4	4	4	4	4	24
39	5	4	5	4	4	4	26
40	4	4	4	5	4	4	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	4	5	4	4	4	26
43	4	4	4	5	4	4	25
44	4	4	5	4	5	4	26
45	5	4	4	4	4	4	25
46	4	2	4	4	4	4	22
47	5	4	4	4	4	4	25
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	3	4	4	4	23
50	4	4	4	3	4	4	23
51	5	5	5	4	5	4	28
52	4	4	4	4	3	3	22
53	4	3	3	4	4	4	22
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	5	4	5	26
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	3	3	3	4	4	5	22
60	5	5	4	4	5	4	27
61	4	4	5	4	5	4	26
62	5	5	5	5	5	5	30
63	3	4	4	3	4	4	22
64	4	4	4	4	4	5	25
65	4	4	5	4	4	4	25
66	3	4	4	4	4	3	22
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	5	4	5	5	27
72	4	4	4	3	3	4	22
73	5	4	5	4	5	5	28
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	3	3	4	4	4	21
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	4	4	3	3	3	21

78	5	3	5	4	4	3	24
79	5	4	2	5	5	4	25
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	4	4	4	4	4	24

Rekapitulasi Hasil Angket Promosi							
RESPONDEN	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
1	4	4	3	4	4	3	22
2	4	4	3	3	4	4	22
3	5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	4	3	3	4	20
5	3	3	4	3	4	4	21
6	4	5	4	4	3	3	23
7	5	5	3	3	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	3	3	5	5	5	4	25
10	4	4	5	5	5	4	27
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	5	4	5	5	4	27
13	5	4	4	4	5	5	27
14	5	4	4	4	4	4	25
15	5	5	5	4	4	4	27
16	4	4	4	5	5	4	26
17	4	4	5	4	4	4	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	4	5	5	5	5	29
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	5	4	4	5	4	26
22	4	4	3	4	4	4	23
23	4	4	3	5	5	3	24
24	4	3	3	5	5	3	23
25	4	3	3	4	3	3	20
26	4	4	5	4	5	3	25
27	5	4	3	3	5	5	25
28	4	4	5	5	5	5	28
29	3	3	3	3	3	3	18
30	5	5	4	4	3	4	25

31	3	5	5	5	4	4	26
32	5	4	5	5	5	5	29
33	5	5	4	4	3	4	25
34	5	4	4	4	4	5	26
35	4	3	4	4	5	4	24
36	5	3	3	5	3	4	23
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	3	3	3	4	21
39	4	4	5	5	4	4	26
40	5	4	4	4	4	5	26
41	5	5	4	4	4	5	27
42	4	4	5	5	3	4	25
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	3	4	5	4	24
46	5	5	4	4	4	5	27
47	4	5	5	5	5	4	28
48	4	5	5	4	4	5	27
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	5	5	5	5	3	27
52	3	5	5	4	5	3	25
53	4	5	4	4	5	5	27
54	3	4	5	3	5	4	24
55	4	1	5	4	4	4	22
56	5	5	2	4	4	5	25
57	5	5	2	4	4	5	25
58	3	4	4	3	3	5	22
59	4	4	4	4	5	4	25
60	4	4	4	4	5	5	26
61	4	4	3	3	3	4	21
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	5	4	4	4	4	25
65	4	4	5	4	5	5	27
66	4	4	3	3	3	4	21
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	5	4	5	4	4	4	26

71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	4	5	5	4	28
73	4	4	3	3	3	3	20
74	4	4	3	4	5	4	24
75	4	4	5	4	4	4	25
76	4	4	5	5	5	3	26
77	4	4	5	4	5	5	27
78	4	5	4	5	5	4	27
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	3	4	5	5	25
81	5	4	5	4	5	4	27
82	4	5	5	5	5	5	29
83	4	4	4	4	4	4	24

Rekapitulasi Hasil Angket Kemudahan Penggunaan							
RESPONDEN	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3
1	4	4	3	3	4	5	23
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	3	3	3	5	22
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	3	3	3	3	3	3	18
7	4	3	3	3	4	3	20
8	4	5	3	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	3	3	4	22
11	4	4	5	5	5	5	28
12	4	4	4	2	5	5	24
13	4	4	4	3	3	4	22
14	4	4	4	3	5	5	25
15	4	4	5	4	5	5	27
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	3	4	4	4	5	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	3	3	3	3	3	19
21	4	4	4	3	3	4	22
22	4	4	5	4	5	5	27
23	4	4	4	4	4	4	24

24	4	4	4	5	4	5	26
25	4	2	3	4	4	4	21
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	2	4	4	22
28	4	4	4	4	5	4	25
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	3	4	4	2	20
31	4	4	3	3	3	3	20
32	4	4	4	3	3	4	22
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	2	5	5	5	4	25
35	4	3	3	3	3	4	20
36	4	3	4	4	4	4	23
37	4	4	4	3	3	3	21
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	5	5	5	5	28
40	4	4	4	4	4	5	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	5	5	5	27
43	4	5	5	5	5	5	29
44	4	4	4	5	5	4	26
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	3	4	4	4	23
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	3	4	4	4	4	23
49	4	3	4	4	4	4	23
50	4	4	3	3	4	3	21
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	3	3	3	4	4	21
54	4	3	4	4	4	4	23
55	4	3	5	5	4	5	26
56	4	3	4	5	5	4	25
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	5	4	4	4	25
59	4	5	4	5	5	4	27
60	4	4	5	4	5	5	27
61	4	3	4	4	4	4	23
62	4	4	3	4	4	4	23
63	4	4	4	4	4	4	24

64	4	5	4	4	5	5	27
65	4	3	3	4	4	4	22
66	4	3	4	4	4	4	23
67	4	5	4	4	4	4	25
68	4	4	4	4	5	5	26
69	4	4	4	4	5	5	26
70	4	3	4	4	4	4	23
71	4	5	5	5	5	5	29
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	3	3	4	3	5	22
75	4	3	4	4	4	4	23
76	4	5	5	5	5	5	29
77	4	3	2	5	5	4	23
78	4	3	3	3	3	4	20
79	4	3	4	3	4	3	21
80	4	5	4	5	5	5	28
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	3	3	3	3	3	19
83	4	4	4	4	4	4	24

Rekapitulasi Hasil Angket Minat							
RESPONDEN	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
1	4	4	3	5	5	4	25
2	4	3	3	5	4	5	24
3	4	5	3	4	4	3	23
4	3	4	4	5	4	5	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	3	4	4	4	3	3	21
7	2	4	3	4	3	2	18
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	5	4	4	4	3	24
10	4	4	4	3	3	3	21
11	5	4	5	5	5	4	28
12	3	4	5	5	4	4	25
13	4	4	4	4	4	5	25
14	3	4	4	4	4	3	22
15	5	4	5	4	5	5	28
16	4	4	5	4	5	4	26
17	3	4	4	4	4	4	23

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

58	3	4	5	5	4	4	25
59	5	5	4	4	4	4	26
60	5	4	5	5	4	5	28
61	5	4	5	4	3	3	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	5	4	4	4	25
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	2	2	20
67	3	3	3	4	3	3	19
68	4	4	5	4	4	4	25
69	5	4	5	4	4	4	26
70	3	4	3	4	3	4	21
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	5	4	5	3	27
75	4	4	4	4	4	3	23
76	5	5	5	5	3	2	25
77	4	5	4	4	4	3	24
78	4	4	4	4	4	3	23
79	5	4	4	4	4	3	24
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	3	3	3	3	4	20
83	4	4	4	4	4	4	24

**DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN MAHASISWA FEBI PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH IAIN PADANGSIDIMPUAN**



Wawancara dengan mahasiswi Ayu Rahmadani



Wawancara dengan mahasiswi Annisa Khoiriyah



Wawancara dengan mahasiswa Dinda Sildya



Wawancara dengan mahasiswa Nurlaila



Wawancara dengan mahasiswa Cindi Nofisa



Wawancara dengan mahasiswa Siti Aisah



Wawancara dengan mahasiswi Kartika Rahma Putri



Wawancara dengan mahasiswi Fitri Dayanti



Wawancara dengan mahasiswi Ayu Rahmadani Dalimunthe



Wawancara dengan mahasiswi Sukma Anjani Manurung



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 916 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/04/2021
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

14 April 2021

Yth. Bapak/Ibu:

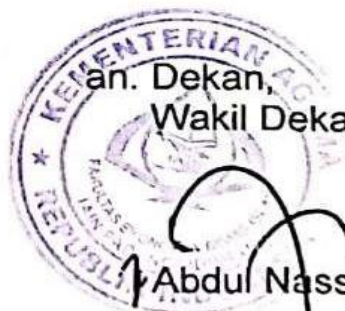
1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
2. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Putri Indriani
NIM : 1740100171
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidimpuan).

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 199 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2022
Lampiran : -
Hal : Izin Pra Penelitian

20 Januari 2022

Yth. Sdr. Putri Indriani

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyahuti surat permohonan izin pra penelitian Saudara tanggal 19 Januari 2022 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan memberikan izin pra penelitian kepada:

Nama : Putri Indriani
NIM : 1740100171
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul **"Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Perbankan Syariah"**.

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.



a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 646 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2022
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

9 Maret 2022

Yth. Sdr. Putri Indriani

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, menyahuti surat permohonan izin penelitian Saudara tanggal 01 Maret 2022 dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan memberikan izin penelitian kepada:

Nama : Putri Indriani
NIM : 1740100171
Semester : X (Sepuluh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

dalam menyelesaikan skripsi dengan judul **"Determinan Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada Mahasiswa Perbankan Syariah"**.

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan semestinya.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan


Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733

Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

SURAT KETERANGAN

Nomor : 022 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2022

bertanda tangan dibawah ini;

: Abdul Nasser Hasibuan
: 19790525 200604 1 004
: Wakil Dekan Bidang Akademik

erangkan bahwa;

: Putri Indriani
: 1740100171
gram Studi : Perbankan Syariah
ultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

lah benar telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
angsidimpuan pada tanggal 29 Nopember 2021 s.d 19 Maret 2022 dengan judul
terminan **Minat Generasi Z Menggunakan Pembayaran Digital pada**
bankan Syariah".

nikian surat ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan
erlunya.

Padangsidimpuan, 22 Maret 2022
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

busan :
an Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.