



**DETERMINAN KEPUTUSAN MILENIAL
MUSLIM KOTA PADANGSIDIMPUAN
MENGUNAKAN *DIGITAL BANKING***

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat – Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**SEHAT PURNAMA
NIM. 18 401 00073**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**DETERMINAN KEPUTUSAN MILENIAL
MUSLIM KOTA PADANGSIDIMPUAN
MENGUNAKAN *DIGITAL BANKING***

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Syarat – Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**SEHAT PURNAMA
NIM. 18 401 00073**

PEMBIMBING I

**Nofinawati, S.E., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003**

PEMBIMBING II

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



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

Hal : lampiran Skripsi
a.n **Sehat Purnama**
Lampiran : 6 (enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 28 Desember 2022
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **SEHAT PURNAMA** yang berjudul "**Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidempuan Menggunakan *Digital Banking***". 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 Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, Maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalmu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Nofinawati, S.E., M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Aliman Syahuri Zein, M.E.I
NIDN. 2028048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **SEHAT PURNAMA**
NIM : 18 401 00073
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidimpuan Menggunakan *Digital Banking***

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan 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 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 25 Desember 2022
Saya yang Menyatakan,



SEHAT PURNAMA
NIM. 18 401 00073

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **SEHAT PURNAMA**
Nim : 18 401 0073
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidimpuan Menggunakan *Digital Banking*”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 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 Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan
Pada tanggal, 25 Desember 2022

nyatakan,



SEHAT PURNAMA
NIM. 18 401 00073



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Sehat Purnama
NIM : 18 401 00073
Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Millennial Muslim Kota Padangsidempuan Menggunakan *Digital Banking*

Ketua,

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIDN. 2025057902

Sekretaris,

Azwar Hamid, M.A.
NIDN. 2111038601

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIDN. 2025057902

Azwar Hamid, M.A.
NIDN. 2111038601

Hadi Aini, M.E.
NIDN. 2025128903

Zulaika Matondang, M.Si.
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/ Tanggal : Kamis, 12 Januari 2023
Pukul : 09.00 WIB s/d 12.15 WIB
Hasil/ Nilai : Lulus / 74,5 (B)



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

PENGESAHAN

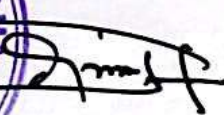
JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUTUSAN MILLENIAL
MUSLIM KOTA PADANGSIDIMPUAN
MENGUNAKAN *DIGITAL BANKING*

NAMA : SEHAT PURNAMA
NIM : 18 401 00073
TANGGAL YUDISIUM : 28 JANUARI 2023
IPK : 3.55
PREDIKAT : PUJIAN

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

Padangsidimpuan, 22 Februari 2023




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

ABSTRAK

Nama : SEHAT PURNAMA
NIM : 18 401 00073
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidimpuan Menggunakan *Digital Banking*

Digital Banking merupakan pelayanan perbankan melalui media digital atau sarana elektronik untuk melakukan transaksi financial, juga serta informasi transaksi perbankan kepada nasabah pengguna *Digital Banking*. Penelitian ini di latar belakang masih rendahnya tingkat penggunaan *Digital Banking* dikalangan generasi milenial muslim dalam melakukan transaksi. Berdasarkan Observasi yang dilakukan penelitian kepada Generasi Milenial muslim pengguna *Digital Banking* di kota padangsidimpuan terdapat 87% pengguna dan 13% tidak pengguna, dan didominasi pengguna jenis ATM dan Mobile banking.

Pembahasan dalam penelitian ini menerapkan beberapa teori dalam rumusan masalah dan tujuan masalah pengaruh secara parsial dan secara simultan faktor variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan sumber data Primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Angket dengan jumlah sampel 100 orang. Pengelolahan data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji koefisien diterminasi (R^2), uji analisis regresi linear berganda, uji t (Parsial), Uji F (Simultan). Untuk mempermudah proses analisis data penelitian ini maka dibantu dengan program SPSS 22.

Hasil penelitian secara parsial (uji t) Variabel Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking* dan Variabel Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*. Sedangkan variabel persepsi kepercayaan tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*. Dan sedangkan secara simultan (uji F), Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*, dengan tingkat pengaruhnya dapat dilihat dari uji Hipotesis, dimana R^2 variabel sebesar 72,0 % dipengaruhi oleh variabel ini dan 28,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang peneliti tidak cantumkan di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Keputusan Milenial Muslim.

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Determinan keputusan milenial muslim kota Padangsidimpuan menggunakan *Digital Banking*”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi uswatun hasanah bagi umat manusia di sepanjang zaman jalan yang diridhoi Allah SWT, juga kepada keluarga, hingga para sahabatnya.

Skripsi ini ditulis untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya.

Dengan penuh kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang sudah membantu peneliti sebelum maupun sesudah penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, serta Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor

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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.,M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Hamni Fadlilah Nasution M. Pd. selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan.
4. Ibu Nofinawati, S.E.,M.A selaku Pembimbing I dan Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Suwanto, Ibunda Poniah, serta kakak kandung saya Santi Siswanto dan juga abg ipar Ali Amri yang telah mendidik, membesarkan, memberikan nasehat, dan selalu berdoa tiada hentinya, berkat doa-doa mereka peneliti bisa berada sampai tahap sekarang, kemudahan yang peneliti peroleh selama melakukan penelitian ini merupakan berkat doa dan ridho kedua orang tua dan mereka.
8. Serta saudara-saudari besar dari ayah dan ibu di dusun Pasar XII yang telah memberikan nasihat dan doanya kepada saya.
9. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada Abang-Abang terbaik, ,Abanganda Riandry Fadillah Nasution, S.Pd., Hasnan Habib Harahap, S.E, Mujahidun Hapisni Pane, S.E., Muhammad Ikhsan S.E., Anggi Afrianto, S.E, Dwi purwanto, S.E, Muhammad Fadillah Sitorus S.Pd. dan Rizky Ananda Siregar S.E., serta adik-adik Nuryanti yang telah membantu membantu saya menyusun skripsi ini hingga akhir, serta motivasi, dukungan dan ilmu yang diberikan mereka.
10. Kepada teman-teman terbaik saya, Setiawan Harahap, Ucok Dakkal, Pangulu Perkasa Sakti Siregar, Amri Hasibuan, rekan-rekan Perbankan Syariah 2 angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri

Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi yang sama-sama berjuang dalam meraih gelar S.E. semoga kita semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT dan semoga kita sukses dalam meraih cita-cita.

11. Serta teman-teman Magang di BSI KCP kota pinang dan BSI KC padang sidempuan yang sama-sama berjuang menyelesaikan praktikum magang.
12. Serta juga teman-teman KKL kelompok 58 desa sikapas yang telah bekerjasama dalam membantu menyelesaikan praktiknya.
13. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
14. Seluruh abang-abang, kakak-kakak dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu berterimakasih telah bersama selama perkuliahan.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur 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 dimiliki 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.

Padangsidempuan, 25 Desember 2022

Peneliti,

SEHAT PURNAMA
NIM. 18 401 00073

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 dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ḥa	ḥ	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	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	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
هـ	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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...أ...يَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas

و... [ُ]	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas
-------------------	----------------	---	---------------------

Contoh:

- عَلِيّ alā
- مَعَ maakh
- الْمُتَوَكِّلِينَ al mutthawaqqiilin
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- ##### 3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- اللَّهُ allahi
- إِنَّ inna

- يُحِبُّ yuhibbu

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الْمُتَوَكِّلِينَ al-mutawaqqiliin
- الْعُسْرِ al-ukhsri

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ِ Wa syawirhum filammri
- إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ِ inna allaha yuhibbul mutawqqiliin

I. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila 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.

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian 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	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Definisi Operasional Variabel.....	10
F. Tujuan Penelitian	12
G. Manfaat Penelitian	13
H. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Kerangka Teori	16
1. Keputusan Milenial Muslim Menggunakan <i>Digital Banking</i>	16
2. <i>Technology Aceptance Model</i> (TAM).....	28
3. Persepsi Kemudahan	30
4. Persepsi Manfaat	32
5. Persepsi Kepercayaan.....	34
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Pikir	42
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	46
B. Jenis Penelitian.....	46
C. Populasi Dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel.....	47

D. Sumber Data Penelitian.....	48
1. Data Primer	49
2. Data Sekunder	49
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	49
1. Angket	49
2. Wawancara.....	52
3. Dokumentasi.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas.....	53
G. Analisis Data.....	54
1. Analisis Deskriptif.....	54
2. Uji Normalitas	54
H. Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Multikolinieritas	55
2. Uji Heteroskedastisitas	55
I. Analisis Regresi Linier Berganda	56
J. Uji Hipotesis	57
1. Uji Parsial (Uji t)	57
2. Uji Simultan (Uji F)	58
3. Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Kota Padangsidempuan.....	60
B. Hasil Analisis Data	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	78
D. Keterbatasan Penelitian.....	83
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran-saran.....	84
KESIMPULAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Data Observasi	5
Tabel I.2	: Definisi Operasional Variabel.....	10
Tabel II.1	: Peneliti Terdahulu.....	34
Tabel III.1	: Jumlah penduduk menurut kelompok umur di kota padangsidempuan, 2022	47
Tabel III.2	: Penetapan Skor Skala Likert Atas Jawaban kuisioner	50
Tabel III.3	: Kisi-kisi Angket Keputusan Menggunakan Milenial Muslim Menggunakan Digital Banking	51
Tabel III.4	: Kisi-kisi Angket Persepsi Kemudahan.....	51
Tabel III.5	: Kisi-kisi Angket Persepsi Manfaat	51
Tabel III.6	: Kisi-kisi Angket Persepsi Kepercayaan	51
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Menurut Alamat.....	63
Tabel IV.4	: Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan	64
Tabel IV.5	: Jawaban Responden berdasarkan variabel keputusan	64
Tabel IV.6	: Jawaban Responden berdasarkan variabel persepsi kemudahan (X1)	65
Tabel IV.7	: Jawaban Responden berdasarkan variabel persepsi manfaat (X2)	66
Tabel IV.8	: Jawaban Responden berdasarkan variabel persepsi kepercayaan (X3)	66
Tabel IV.9	: Uji Validitas Persepsi Kemudahan.....	67
Tabel IV.10	: Uji Validitas Persepsi Manfaat	68
Tabel IV.11	: Uji Validitas Persepsi Kepercayaan	68
Tabel IV.12	: Uji Validitas Keputusan	68
Tabel IV.13	: Uji Reabilitas	69
Tabel IV.14	: Uji Deskriptif Statistik.....	70
Tabel IV.15	: Hasil Uji Normalitas	71
Tabel IV.16	: Uji Multikolinearitas.....	72

Tabel IV.17 : Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel IV.18 : Uji Parsial (Uji t)	74
Tabel IV.19 : Uji Simultan (Uji F)	75
Tabel IV.20 : Uji Regresi Linier Berganda	76
Tabel IV.21 : Uji Koefisien Determinasi (R²)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 : Observasi online	4
Gambar II.1 : Model kerangka pikir	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup**
- Lampiran 2. Tabulasi Angket**
- Lampiran 3. Statistik Frekuensi Karakteristik Responden**
- Lampiran 4. Jawaban responden berdasarkan Variabel**
- Lampiran 5. Uji Validitas**
- Lampiran 6. Uji Reabilitas**
- Lampiran 7. Uji Analisis Deskriptif Statistik**
- Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik**
- Lampiran 9. Uji Hipotesis**
- Lampiran 10. Uji Analisis Regresi Linear Berganda**
- Lampiran 11. Data Observasi Online**
- Lampiran 12. Dokumentasi Angket Online**
- Lampiran 13. Validasi angket**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalannya perkembangan zaman, teknologi informasi terus mengikuti zaman yang mana manusia tidak dapat terhindar dari teknologi. Kini teknologi sudah menjadi bagian penting dalam membantu kegiatan manusia, termasuk dalam kegiatan perbankan. Perbankan di Indonesia kini tidak ingin ketinggalan dari perkembangan teknologi informasi, apa lagi dalam bidang perbankan baik itu dalam sistem eksternal maupun internal yang mana dapat membantu transaksi nasabah dan transaksi antar bank.¹

Pada saat ini sektor perbankan harus dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dan mengakses informasi. Mengingat di Indonesia pada saat ini bank tidak hanya di kota besar saja, namun sudah tersebar luas di berbagai daerah yang telah membuka cabang-cabang pembantu bank. *Digital Banking* khususnya mobile banking memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai media alternatif transaksi perbankan, nasabah tidak perlu datang ke bank atau ke ATM, kecuali untuk transaksi setor dan tarik tunai.² Salah satu perwujudan yang berperan sebagai pembantu dalam sektor perbankan ialah

¹Sandra Dewi, Sandri, dan Vina Pandu Winata, "Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh," *Ekonomika Syariah : Journal of Economic Studies* 2, no. 2 (28 Desember 2018): Hal. 204.

²Sarmiana Batubara, Ihdi Aini, dan Yuli Agustina, "Determinants Of Millennial Generations Interest In Using Mobile Banking," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 9, no. 2 (30 Desember 2021): Hal. 168.

Digital Banking.³ produk bank berupa *Digital Banking* memudahkan para nasabah dalam bertransaksi dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Produk-produk layanan *digital banking* seperti *Internet banking*, *ATM*, *SMS banking*, dan *Mobile banking*.⁴ *Digital Banking* merupakan salah satu dari bentuk produk yang ditawarkan oleh bank umum di Indonesia. Saat ini, penggunaan *Digital Banking* untuk nasabah telah berkembang, karena menawarkan keuntungan besar untuk kelancaran pemrosesan transaksi. Proses transfer, penarikan dan pembayaran transaksi yang dilakukan melalui *Internet Banking* akan menyederhanakan dan mempercepat pemrosesan transaksi tersebut.

Salah satu produk berbasis internet yang saat ini menjadi perhatian dikalangan perbankan dunia adalah internet banking. Internet banking memberikan solusi penghematan biaya operasional (*cost effective*) dalam penggunaannya dibandingkan dengan saluran lainnya. Dikarenakan internet banking mampu mengurangi biaya transaksi ke titik terendah yaitu dapat menghemat 79% biaya dibandingkan dengan biaya transaksi perbankan yang lainnya.

Di antara pengguna *Digital Banking* yang patut disoroti oleh pihak bank dalam mengembangkan berbasis online adalah generasi milenial. Generasi milenial sering dikatakan *Gen-Y* atau disebut juga generasi milenium, yaitu

³Dewi dan Winata, "Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh," Hal. 204.

⁴Abi Fadlan, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya)," *Skripsi*, Universitas Brawijaya : Malang, 2018, Hal. 8.

generasi yang lahir bersamaan dengan terbentuknya teknologi, generasi milenial ini juga dapat di katakan dengan kelahiran 1980-2000. Generasi milenial juga lebih tertarik terhadap teknologi, baik smartphone, dan jaringan internet juga. Seiring berjalannya zaman tentu generasi milenial tidak asing lagi mendengar istilah *Digital Banking*.⁵ Dimana, pengguna *Digital Banking* paling banyak ditemukan pada generasi milenial. Hal ini disebabkan karena generasi milenial memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap teknologi. Apa lagi kriteria nasabah milenial mereka menginginkan akses bertransaksi yang cepat dan aman.⁶

Digital Banking dapat memudahkan nasabah milenial melakukan transaksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan di mana saja dan kapan saja. Jika nasabah merasa *Digital Banking* memberikan kemudahan maka nasabah akan menggunakan *Digital Banking* seperti *Mobile banking*, *SMS banking*, *internet banking*, dan *ATM (automated teller machine)*.

Terbentuknya penelitian ini dikarenakan peneliti menemukan kejanggalan terhadap milenial muslim yang mana mereka mempunyai Digital Banking, namun tidak sepenuhnya menerapkan pada kegiatan transaksi yang dikarenakan pada beberapa faktor : kemudahan, manfaat, dan kepercayaan. Dikarenakan peneliti menemukan beberapa kasus terdapat generasi milenial

⁵Evi Yani dkk., “Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model,” *Jurnal Informatika* 5, no. 1 (19 April 2018): Hal. 35, <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.31294/ji.v5i1.2717>.

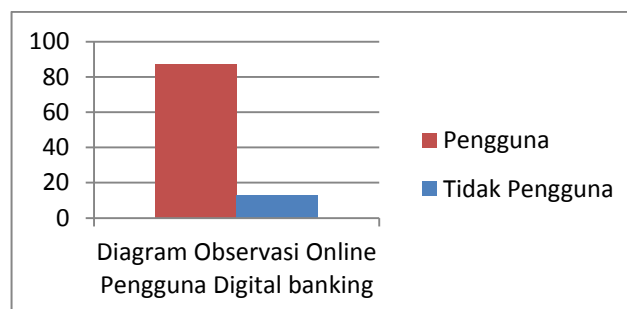
⁶Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, dan Yuyun Rosalina, “Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (23 Oktober 2020): Hal. 1-2.

memiliki aplikasi Mobile banking untuk transaksi pada salah satu aplikasi *ecommerce*, tetapi mereka masih menyuruh orang lain untuk mentransaksikan ke aplikasi tersebut.

Oleh karena itu, untuk mengetahui keputusan nasabah milenial menggunakan *Digital Banking* dalam bertransaksi maka dilakukan penelitian dengan menggunakan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) atau biasa disebut dengan model TAM dengan persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan.⁷ Yang mana peneliti akan meneliti generasi Milenial Muslim yang menggunakan *Digital Banking* yang bertempat di Kota Padangsidempuan. Yang jumlah populasi penduduknya dari tahun kelahiran 1980 sampai 2000 sebanyak 75.910 penduduk dengan kategori Pria dan Wanita yang berumur 21 – 44 Tahun.

Berdasarkan observasi online yang dilakukan peneliti melalui media *google form* terhadap 100 responden untuk mengetahui apakah responden menggunakan atau tidak menggunakan *Digital Banking* maka dijelaskan pada gambar 1 diagram dibawah ini :

Gambar I.1
Observasi online



⁷Yani dkk., “Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model,” Hal. 35.

Sumber : <https://docs.google.com/forms/d//ObservasiOnline>⁸

Berdasarkan uraian Gambar di atas hasil observasi online tentang menggunakan *Digital Banking* yang dilakukan oleh peneliti kepada 100 orang responden, 87% telah menggunakan dan masih ada sekitar 13% yang tidak menggunakan, hasil dobservasi tentang pengguna *Digital Banking* oleh generasi milenial kota Padangsidimpuan :

Tabel I.1
Observasi online

Jumlah Data		
1	Sms Banking	6
2	ATM	35
3	Mobile Banking	25
4	Internet Banking	3
5	Lainnya	31
	Total	100

Sumber : <https://docs.google.com/forms/d//ObservasiOnline>⁹

Berdasarkan hasil data tabel diatas menunjukkan penggunaan *Digital Banking* pada generasi milenial muslim kota Padangsidimpuan, maka pada penggunaan *Internet banking* sebanyak 3 pengguna, sedangkan penggunaan *ATM* sebanyak 35 pengguna, dan penggunaan *Mobile Banking* sebanyak 25 pengguna, dan penggunaan *SMS Banking* sebanyak 6 pengguna, dan lain-lainnya sebanyak 31 pengguna yang diantaranya pengguna *Internet banking*,

⁸Sehat Purnama “*Observasi Online Google Form*” diakses 20 Juni 2022, https://docs.google.com/forms/d/1GdICyqOU78AJsZE2991TXmXAFImWTee6hnb37Z_6Lkk/edit

⁹Sehat Purnama “*Observasi Online Google Form*” diakses 20 Juni 2022, https://docs.google.com/forms/d/1GdICyqOU78AJsZE2991TXmXAFImWTee6hnb37Z_6Lkk/edit

ATM, Mobile Banking dan *SMS banking*. Maka disimpulkan penggunaan Digital Banking terbanyak didominasi pada jenis *ATM* dan *Mobile banking*.

Peneliti mengutip definisi dari jurnal Hendri, Ekaning dan Hantoro, Jogiyanto yang mana mendefinisikan persepsi kemudahan ini dapat dirasakan ketika individu merasa dimudahkan dengan penggunaan aplikasi teknologi informasi maka semakin tinggi pemanfaatan dan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut.¹⁰ *Digital Banking* telah banyak menarik perhatian terhadap generasi milenial untuk menggunakannya, Namun bagaimanapun tidak semua generasi milenial merasa kemudahan ketika menggunakan *Digital Banking*, namun dikarenakan *Digital Banking* harus memerlukan koneksi internet untuk mengaksesnya.

Dikutip dari jurnal Yuliana dan Rahmi, Jogiyanto mendefinisikan tentang Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya bahwa sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi.¹¹ *Digital Banking* telah memberikan manfaat bagi generasi milenial yang telah menggunakannya, akan tetapi ada beberapa jenis *Digital Banking* yang tidak dimanfaatkan secara penuh oleh generasi milenial.

Dikutip dari jurnal Harjoni, Rina dan Razali, Mowen mendefinisikan tentang persepsi kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek,

¹⁰Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, dan Hantoro Arief Gisijanto, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 03 (31 Mei 2022): Hal. 3.

¹¹Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana Yuliana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet,” *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (8 November 2020): Hal. 5.

atribut dan manfaatnya.¹² *Digital Banking* memberikan kepercayaan kepada generasi milenial sebagai penggunaannya, tetapi masih banyak juga pengguna *Digital Banking* yang menggunakan cara konvensional ketika ingin melakukan transaksi.

Hal ini juga diperkuat dengan wawancara ke beberapa responden pengguna *Digital Banking* jenis *ATM* dan *Mobile Banking*. Menurut wawancara dari saudara Setiawan Harahap seorang Mahasiswa pengguna *Digital Banking*, memberikan tanggapan terkait kelebihan *ATM* selama menggunakannya, Memberikan akses yang mudah ketika ingin melakukan penarikan uang melalui *ATM* tanpa harus mengantri ke bank langsung, baik dalam nominal yang banyak ataupun sedikit. Dan juga memberikan tanggapan terkait kekurangan *ATM* selama menggunakannya, harus memiliki uang didalam mesin *ATM* dan tidak dapat menari uang ketika tidak ada listrik ataupun koneksi internet.¹³

Menurut wawancara dari saudara Try Mahendra seorang Mahasiswa pengguna *Digital Banking*, yang mana memberikan tanggapan terkait kelebihan *Mobile Banking* selama menggunakannya memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi ekonomi seperti mengecek saldo, transfer, pembelian pulsa, token listrik, dan lain-lain tanpa harus ke mesin *ATM*. Dan saudara Try Mahendra juga memberikan tanggapan terkait kekurangan dari

¹² Harjoni Desky, Rina Murinda, dan Razali Razali, "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe," *Owner* 6, no. 2 (3 April 2022): Hal. 4, <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>.

¹³ Hasil wawancara dari Saudara Setiawan Harahap Mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan, 17 juni 2022, pukul 09.47 WIB.

Mobile banking selama menggunakannya sampai sejauh ini belum menemukan kekurangan terkait fitur yang di sediakan *Mobile banking*.¹⁴

Menurut wawancara dari saudari Dinda Sintia seorang Mahasiswa memberikan tanggapan terkait kelebihan *Mobile banking* melakukan transaksi *financial* tanpa harus kebank dan memberikan tanggapan terkait kekurangan *Mobile banking* harus memiliki koneksi internet untuk menggunakannya.¹⁵

Maka dalam kasus ini berdasarkan penelitian diatas melalui observasi dan wawancara terhadap responden generasi milenial pengguna *Digital Banking* terdapat masih rendahnya tingkat penggunaan terhadap semua jenis *Digital Banking* dalam melakukan transaksi yang terdapat fungsi kemudahan , manfaat serta kepercayaan kepada penggunanya. maka dari itu peneliti serius untuk melanjutkan penelitian mendalam, terfokus kepada pengguna *Digital Banking* dengan melalui pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) dengan beberapa faktor kemudahan , manfaat serta kepercayaan terhadap *Digital Banking*.

Karena itu, berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidimpuan Menggunakan *Digital Banking*”**

¹⁴Hasil wawancara dari Saudara Try Mahendra Alumni Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan, 17 Juni 2022, pukul 09.56 WIB.

¹⁵Hasil wawancara dari Saudari Dinda Sintia Mahasiswa UIN Syahada Padangsidimpuan, 18 juni 2022, pukul 19.40 WIB.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Generasi milenial sebagian tidak terdapat kemudahan dalam menggunakan *Digital Banking*, namun mereka tetap menggunakan.
2. Generasi milenial sebagian tidak terdapat manfaat dalam menggunakan *Digital Banking*, namun mereka tetap menggunakan.
3. Generasi milenial sebagian tidak terdapat kepercayaan dalam menggunakan *Digital Banking*, namun mereka tetap menggunakan.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini diberikan batasan agar dapat mengungkapkan masalah secara cermat, tuntas dan mendalam disamping keterbatasan waktu, dana dan kemampuan penulis. Agar kiranya penelitian ini terfokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, untuk itu penelitian ini difokuskan kepada:

1. Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking*.
2. Generasi Milenial Muslim yang dimaksud adalah laki-laki dan perempuan yang berumur 20 sampai 39 tahun di Kota Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang disampaikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat faktor persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking* ?
2. Apakah terdapat faktor persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan generasi Milenial kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking* ?
3. Apakah terdapat faktor persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking* ?
4. Apakah terdapat faktor persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan generasi milenial kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking* ?

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah sebuah konsep atau konstruk suatu penelitian yang dapat membedakan dan mengubah nilai.¹⁶ Sesuai dengan judul, dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang terdiri dari tiga variabel independen (*Variabel Bebas*) dan satu variabel dependen (*Variabel Terikat*). Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁶ Ujang Sumarwan, *Metode Riset dan Bisnis Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2018), Hal. 6.

Tabel I.2
Definisi operasional variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala pengukuran
Keputusan Milenial Muslim Menggunakan <i>Digital Banking</i> (Y)	Keputusan ialah pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. ¹⁷ Dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah keputusan menjadi nasabah milenial muslim pengguna <i>Digital Banking</i> .	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan menggunakan 5. Perilaku pasca penggunaan. ¹⁸	Ordinal
Persepsi Kemudahan (X ₁)	Persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan individu dengan menggunakan teknologi dapat membebaskan milenial muslim dari kesulitan bertransaksi dengan penggunaan <i>Digital Banking</i> . ¹⁹	1. Mudah dipelajari. 2. Mudah dipergunakan. 3. Tidak membutuhkan banyak usaha 4. Mudah dipergunakan sesuai keinginan. ²⁰	Ordinal
Persepsi Manfaat	Persepsi manfaat adalah suatu tingkatan	1. Bekerja lebih cepat.	Ordinal

¹⁷ Hutami A Ningsih, Endang M Sasmita, dan Bida Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa" 4, no. 1 (2021): hal. 4.

¹⁸ C.I.W. Putra dan M.F. Nursal, *Perilaku konsumen* (Rena Cipta Mandiri, 2022), hal. 117, <https://books.google.co.id/books?id=BWF9EAAAQBAJ>.

¹⁹ Sulfina, Yuliniar, dan Alfida Aziz, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)," *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 17, no. 2 (1 Februari 2022): hal. 108.

²⁰ Findly Meileny dan Tri Indra Wijaksana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia," *Jurnal Ecodemica* 4, no. 2 (2020): hal. 210.

(X ₂)	dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja milenial muslim pada saat menggunakannya. ²¹	2. Bermanfaat. 3. Meningkatkan produktivitas. 4. Memperkuat efektivitas. 5. Meningkatkan performa bekerja. ²²	
Persepsi Kepercayaan (X ₃)	Persepsi kepercayaan adalah kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko yang kemungkinan terjadi. ²³	1. Kenyamanan pe terhadap nasabah. 2. Kepedulian terhadap permasalahan nasabah. 3. Kredibilitas pada penyelenggaraan mekanisme operasional. 4. Keamanan sistem terhadap data nasabah. ²⁴	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan guna menjawab berbagai isu terkait minat menggunakan *Digital Banking*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor persepsi kemudahan terhadap keputusan generasi milenial kota Padangsidimpuan menggunakan *Digital Banking*.

²¹ Misyella Fanny Christiani dan Intan Immanuela, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Nasabah Bank Di Madiun" 09, no. 03 (2021): hal. 223.

²² Meileny dan Wijaksana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia," hal.117.

²³ Aviana Nur Aieni dan Anissa Hakim Purwantini, "Exploring The Use Of Mobile Banking: A Technology Acceptance Model Approach" 15 (2017): hal. 89.

²⁴ Junai Al Fian, "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya" 5 (2016): hal.4.

2. Untuk mengetahui pengaruh faktor persepsi manfaat terhadap keputusan Generasi milenial kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan terhadap keputusan Generasi milenial Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan Generasi milenial menggunakan *Digital Banking*.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membangun suatu model yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan berupa:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti tentang *Digital Banking*. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai media untuk mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama proses perkuliahan.

2. Bagi Dunia Akademik

Diharapkan berguna bagi UIN Syahada Padangsidempuan khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai pengembangan keilmuan dalam bidang perbankan syariah. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terkhusus yang membahas mengenai *Digital Banking*.

3. Bagi Dunia Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pihak internal bank dalam menentukan langkah-

langkah perbaikan terkait *Digital Banking* ditengah persaingan yang semakin ketat.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang sama atau ke arah yang lebih luas.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan. Hal ini dimaksud untuk laporan penelitian yang sistematis, jelas dan mudah dipahami.

Bab I Pendahuluan, Bab ini merupakan suatu pengantar dan penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka akan terbentuk suatu kerangka pemikiran dan penentuan hipotesis awal yang akan diuji.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini menjelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta definisi operasionalnya, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian. Selain itu bab ini juga menguraikan

mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan pembahasan mengenai hasil analisis dari objek penelitian.

Bab VI Penutup, Bab ini menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan. Selanjutnya juga disampaikan saran yang ditujukan kepada pihak perbankan maupun pihak lain yang berkepentingan dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Milenial Muslim Menggunakan *Digital Banking*

a. Keputusan

Menurut Diana membuat keputusan berarti memilih satu diantara sekian banyak alternatif, dimana minimal terdapat dua pilihan alternatif dan dalam praktiknya lebih dari dua alternatif di mana pengambil atau pembuat keputusan harus memilih salah satu berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu.¹

Menurut kotler dan amstrong dalam buku yenni arfah keputusan pembelian “*consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final – individuals and households that buy goods and services for personal computation*” pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tetangga yang membeli barang atau jasa.²

Maka dapat ditarik kesimpulan dalam jurnal Budi Gautama Siregar keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif, yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi

¹ Diana, *Metode Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan* (Deepublish, 2018), Hal.1, <https://books.google.co.id/books?id=nJSEDwAAQBAJ>.

²Y. Arfah, B. Nasution, dan R.J. Siregar, *Keputusan Pembelian Produk* (PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal. 4, <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ>.

masalah, hingga terbentuknya kesimpulan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu sebelum menggunakan suatu produk tersebut.³

Dalam syariat islam Allah SWT telah di melafazkan dalam alquran tentang kemudahan di Q.S Ali-Imran ayat 159 berikut:

...وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾ (ال عمران/3:159)

....dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal (Ali 'Imran/3:159).⁴

Dalam tafsir al-munir jilid dua Rasulullah selalu bermusyawarah dengan para sahabatnya terkait masalah-masalah penting yang dihadapinya, hal ini dilakukan oleh Rasulullah tersebut, yaitu ketika sebelum perang Uhud. Dan setelah bermusyawarah Allah memerintahkan untuk bertawakal kepada-Nya.⁵ Dalam ayat tersebut mengartikan bahwa dalam mengambil suatu keputusan dibutuhkan musyawarah, untuk tidak terjadi penyesalahan dikemudian, pada kasus ini nasabah milenial muslim memutuskan dalam penggunaan *Digital Banking*.

Keputusan nasabah milenial muslim dalam menggunakan *Digital Banking* menjadi salah satu alternatif kemudahan dalam bertransaksi

³Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan," *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* 4, no. 1 (30 Juni 2018): hal. 6.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2019), hal. 58.

⁵ Wahbah az-zuhaili, *Tafsir al-Munir Jilid 2 Aqidah, Syariah, Manhaj* (Depok: Gema Insani, 2021), hal. 225.

di dunia perbankan. Dalam hal ini keputusan dapat di ukur oleh beberapa indikator

1) Pengenalan kebutuhan

Merupakan tahap pertama proses keputusan pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.

2) Pencarian informasi

Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.

3) Evaluasi alternatif

Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.

4) Keputusan pembelian

Merupakan keputusan pembelian tentang merek mana yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antar niat pembelian dan keputusan pembelian.

5) Perilaku pasca pembelian

Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan.⁶

⁶ Putra dan Nursal, *Perilaku konsumen*, hal. 117.

Selain tahapan adapun faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mengambil keputusan pembelian nasabah terdapat tiga faktor, yaitu :

1) Faktor Internal (Faktor pribadi)

Yang terdiri dari persepsi, keluarga, motivasi, dan keterlibatan, pengetahuan, sikap , pembelajaran, kelompok dan gaya hidup.

2) Faktor Eksternal

Terdiri dari budaya, kelas sosial,dan keanggotaan dalam suatu kelompok.

3) Faktor situasional

yaitu komunikasi, situasi pembelian dan situasi penggunaan.⁷

b. Generasi milenial

Menurut Yuswohady dalam jurnal syarif dan rizky generasi Milenial (*Millennial Generation*) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 sampai tahun 2000. Generasi ini sering disebut juga sebagai *Gen-Y*, *Net Generation*, *Generation WE*, *Boomerang Generation*, *Peter Pan Generation*, dan lain-lain. Selain itu disebut generasi milenial karena generasi ini yang hidup di pergantian milenium. Dengan bersamaan di era teknologi digital yang mulai merasuki ke segala sendi kehidupan.⁸

⁷Nofinawati dan Jumi Atika, "Identification Of Determining Factors Of Community Decisions In Selecting Sharia And Conventional Banks," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 8, no. 1 (29 Juni 2020): hal. 57.

⁸Syarif Hidayatullah, Abdul Waris, dan Riezky Chris Devianti, "Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 6, no. 2 (26 Desember 2018): hal. 241.

Saat ini, generasi dengan populasi terbesar baik di Indonesia maupun dunia adalah *Generasi Milenial*. Di Indonesia, generasi ini berjumlah 33,75% atau lebih dari sepertiga penduduk.⁹ Berdasarkan hasil penelitian dari Lancaster & Stillman, Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, IG dan lain-lain*, sehingga dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming.

Saputra, Pujiati, & Simanihuruk dikutip dari jurnal Mila, Dadan dan Siti ia mengatakan generasi muslim Milenial merupakan lapisan masyarakat yang menciptakan pola-pola dalam fenomena hijrah. Makna hijrah bagi generasi Muslim milenial, berangkat dari adanya kesadaran kolektif tentang identitas diri yang merupakan bagian dari Islam, sehingga timbul kesadaran untuk menghidupkan amalan agamanya.

Dalam jurnal mila (James, Elizabeth, & Hope) dalam bukunya menjabarkan hasil riset berupa survei pandangan generasi Muslim milenial mengenai peran agama. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dari negara-negara yang dijadikan sampel penelitian menyatakan bahwa generasi Muslim milenial meyakini kebenaran

⁹Atika Tiara Putri dan Setiamurti Rahardjo, "Aplikasi Fasilitas dan Suasana Interior Perpustakaan Berdasarkan Karakteristik dan Kebutuhan Generasi Milenial," *Pustakaloka* 11, no. 1 (30 Juni 2019): hal. 82.

agama Islam yang dapat berperan penting dalam segala aspek kehidupan, salah satunya mengenai masa depan sebuah negara.¹⁰

Pada era informasi yang bercirikan kecepatan akses serba instant ini membuat urutan kelahiran menjadi penting. Generasi milenial sebagai penanda perubahan abad, dari era 1900 ke era 2000 (*era milenial*) sering disebut generasi melek teknologi tentunya memiliki perbedaan perkembangan karier dengan generasi sebelumnya. Generasi milenial terlahir pada tahun 1980 sampai 2000.¹¹

Berdasarkan definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang terlahir diantara tahun 1980-2000 pada saat terjadi kemajuan teknologi yang pesat. Jika dilihat dari kelompok umur, generasi milenial merupakan generasi yang saat ini berusia dikisaran 21–44 tahun. Ada beberapa macam karakteristik dari generasi muslim milenial yaitu:

- 1) Milenial lebih percaya *user generated content* (ugc) daripada informasi searah,
- 2) Milenial lebih memilih ponsel dibanding tv,
- 3) Milenial wajib punya media sosial,
- 4) Milenial kurang suka membaca secara konvensional,

¹⁰Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, dan Siti Komariah, “Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital,” *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2, no. 1 (30 Juni 2020): hal. 55.

¹¹Ishlakhatu Saidah, Adi Atmoko, dan Muslihati Muslihati, “Aspirasi Karier Generasi Milenial,” *Edu Consilium: Jurnal Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam* 2, no. 1 (20 Maret 2021): hal. 6, <https://doi.org/10.19105/ec.v2i1.4429>.

- 5) Milenial cenderung tidak loyal namun bekerja efektif,
- 6) Milenial cenderung melakukan transaksi secara cashless,
- 7) Milenial lebih tahu teknologi dibanding orang tua mereka,
- 8) Milenial memanfaatkan teknologi dan informasi,
- 9) Milenial cenderung lebih malas dan konsumtif, dan lain-lain.¹²

Karakteristik dan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang dan berubah seiring berjalannya waktu membuat fasilitas-fasilitas publik turut menyesuaikan perkembangan mengikuti target pasar dan penggunaannya, begitupun pada Bank. Di era digital ini, terdapat tantangan tersendiri bagi bank sebagai pusat transaksi uang karena masyarakat lebih suka melakukan pencarian transaksi melalui gawai pribadi mereka daripada pergi ke bank. Transaksi yang sudah dapat dilakukan dimanapun menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk melakukan kegiatan transfer dan , pembelian, dimana saja yang cukup aman.¹³

c. Milenial Muslim

Milenial Muslim juga disebut sebagai Generasi M,S Muslim Hipsters, atau *Global Urban Muslim Consumers* (GUMMies) merupakan segmen penting dalam pariwisata Halal. Mereka cenderung menjadi kelompok wisatawan terkemuka dari negara-negara Muslim

¹²Hidayatullah, Waris, dan Devianti, “Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food,” hal. 242.

¹³*Ibid.*, hal. 81.

seperti Arab Saudi, Malaysia, dan Turki, yang memiliki jumlah wisatawan outbound terbesar di antara sebagian besar wisatawan.

Muslim Milenial juga berbeda dari Milenial lainnya karena mereka memeluk kedua agama mereka dan kehidupan modern, dan ini memengaruhi perilaku perjalanan mereka, termasuk pilihan mereka untuk memesan akomodasi dan transportasi. Dalam akomodasi booking, Muslim Milenial cenderung memilih *online travel agent* dan *online booking portal*.

Milenial Muslim tertarik pada akomodasi yang menyediakan atau dekat dengan makanan Halal pilihan dan fasilitas sholat. Muslim Milenial cenderung melakukan pemesanan langsung di situs web maskapai penerbangan serta dari situs web perjalanan.¹⁴

d. *Digital Banking*

Di Indonesia, *Digital Banking* disebut dengan istilah perbankan digital diartikan sebagai perbankan melalui kantor bank dengan mempergunakan sarana elektronik/digital yang dimiliki bank, dilakukan secara mandiri oleh nasabah yang memungkinkan calon nasabah atau nasabah bank tersebut memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan dan penutupan rekening termasuk memperoleh informasi lain diluar produk perbankan antara lain *financial advisor* (saran dan pendapat keuangan), investasi, transaksi *e-commerce* dan kebutuhan lainnya.

¹⁴ Dwi Suhartanto dkk., "Millennial Loyalty in Halal Tourism: A Destination-Based Analysis," *Current Issues in Tourism* 25, no. 9 (3 Mei 2022): Hal.3-4, <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1924635>.

1) Manfaat *Digital Banking*

Manfaat yang dapat dirasakan dengan adanya *Digital Banking* adalah sebagai berikut :

a) Meningkatkan Mobilitas

Dengan adanya *Digital Banking*, urusan perbankan bukan lagi hal yang sulit, berbagai fitur telah dihadirkan sehingga tidak ada lagi waktu yang terpotong untuk pergi ke bank, mobilitas dan kegiatan kita dapat dinikmati sepenuhnya.

b) Memperbesar Kesempatan

Beralihnya kebiasaan belanja tradisional menjadi *online shopping* menjadi salah satu alasan *Digital Banking* sangat membantu.

c) Mudah dan Praktis

Tujuan utama adanya *Digital Banking* adalah memberikan kemudahan dan pengalaman menyenangkan bagi nasabah. Dengan berbagai fiturnya yang hanya dengan melakukan instalasi aplikasi ponsel kini transaksi perbankan dapat dilakukan dengan praktis. Tidak lupa *Digital Banking* juga telah disiapkan untuk dapat digunakan oleh segala usia dengan memberikan perbankan yang baik, mudah dan cepat.

d) Ramah Lingkungan

Selain menghadirkan kemudahan, inovasi juga berusaha untuk memberikan nilai lebih tentunya. Banyaknya nasabah suatu bank seimbang dengan banyaknya jumlah kertas yang digunakan oleh berbagai dokumen yang disediakan tiap kali bertransaksi.¹⁵

2) Jenis-jenis *Digital Banking*

Dalam dunia perbankan telah menerapkan *Digital Banking* yang pada setiap kegiatan jasa, yang dimana mempermudah nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi. *Digital Banking* ini memiliki beberapa jenis yang di terapkan di dunia perbankan, diantaranya :

a) *SMS Banking*

SMS Banking merupakan salah satu fitur teknologi berbasis informasi perbankan yang berupa pe bagi para nasabah perbankan, yang dapat mengijinkan para nasabah untuk mengakses akun perbankan mereka melalui SMS.

b) *Mobile Banking*

Mobile Banking adalah pelayanan yang diberikan kepada nasabah dimana nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi keuangan dengan melalui

¹⁵ Asti Marlina dan Fanny Humairah, "Peran *Digital Banking* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus PT.Bank Tabungan Negara Syariah)," *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan* 6, no. 2 (1 Oktober 2018): hal. 40.

handphone atau smartphone. Dalam mobile banking dapat pula digunakan dengan menggunakan berbagai menu yang ada dan tersedia melalui aplikasi yang bisa diinstal oleh nasabah bank tersebut. Mobile banking merupakan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/ handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan menggunakan SMS (*Short Message Service*). Jenis transaksi yang dapat dilakukan melalui mobile banking meliputi: Transfer dana, Informasi saldo, mutasi rekening, dan informasi nilai tukar, Pembayaran (kartu kredit, QRIS, PLN, telepon, handphone, listrik, bpjs dan asuransi) serta Pembelian (pulsa isi ulang, saham).

c) *Internet banking*

Internet banking adalah salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan Bank yang hanya menyelenggarakan perbankan melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan internet Only Bank tidak diperkenankan. Menurut Margaretha (2015) Internet banking dapat berupa Informational Internet Banking, Communicative

Internet Banking dan Transactional Internet Banking, *Informational Internet Banking* adalah pe jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*ex- ecutive of transaction*).¹⁶

d) *Automatic Teller Machine (ATM)*

ATM sebagai salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah mesin *Automatic Teller Machine (ATM)*. ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat (24 jam) dalam seminggu termasuk hari libur untuk transaksi-transaksi perbankan rutin, seperti penyetoran, penarikan uang-tunai, transfer antar-rekening, dan pelunasan kredit. Pemegang kartu ATM dimungkinkan untuk menarik uang tunai dengan cara yang sangat cepat, mudah, dan praktis tanpa komunikasi sama sekali dengan petugas bank. Cukup dengan memasukkan kartu pada ATM dan memasukkan PIN melalui tombol- tombol pada keyboard ATM. Di samping pe penarikan uang tunai, maka penggunaan *cash card* melalui ATM dapat melakukan beberapa fungsi bank antara lain meminta

¹⁶Irwan Moridu, "Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan: Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk," *Jurnal Riset Akuntansi Politala* 3, no. 2 (29 Desember 2020): hal. 69.

informasi saldo rekening. Dengan demikian semakin canggihnya perkembangan teknologi. Semakin banyaknya jumlah dan luas jaringan ATM, akan semakin memudahkan pe terhadap nasabah.¹⁷

Berdasarkan uraian diatas peneliti menarik beberapa kesimpulan terkait teori-teori keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking* yang mana nasabah generasi milenial menjadikan alternatif pemilihan kebijakan dalam mengambil keputusan ketika menggunakan Digital Banking selama menggunakannya.

2. *Technology Acepptance Model* (TAM)

Berbagai definisi tentang model TAM seperti yang disebutkan oleh Davis et al. dan *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) yang dipaparkan oleh arika dan iksan dalam Disebutkan bahwa pengaruh variabel-variabel dalam model TAM dan TRA dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai manfaat teknologi. Kecanggihannya dan kemodernan teknologi saat ini jika saja dimanfaatkan dengan baik dan maksimal maka pasti akan menghasilkan manfaat yang menghasilkan, misalnya kita bisa membuka lowongan pekerjaan dengan menggunakan teknologi internet khususnya kita bisa membuat pendaftaran online pada suatu kegiatan yang tidak memiliki bentuk fisik yang dinilai beresiko, sehingga akan mempermudah kita dalam membuka pendaftaran bagi peserta tersebut meskipun kita tidak

¹⁷ Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Cetak Pertama (Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005), hal. 636.

memiliki banyak waktu karena media kontrol kita hanya via komputer, laptop, atau handphone.¹⁸

Menurut Davis dalam jurnal kurniatul dan citra, Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh pengguna teknologi. Teori ini diadopsi dari beberapa model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi baru.¹⁹

Pada konsep *Technology Acceptance Model* merupakan teori yang menjadi landasan umum untuk mempelajari serta memahami perilaku pemakai dengan menerima dan mengaplikasikan sistem. Model TAM ini dikembangkan dari teori psikologis, menerangkan tentang perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Pada penelitian ini peneliti mengkolaborasi *Technology acceptance model* (TAM) ini kedalam variabel keputusan, manfaat, kepercayaan, serta kemudahan bagi para pengguna teknologi digital pada generasi muslim milenial.

¹⁸Arika Palapa dan Iksan Saifudin, "Analisa Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Pendaftaran Penilaian Training Record Book (Smile 05) Studi Pada PUKP 05 Semarang," *Majalah Ilmiah Bahari Jogja* 19, no. 1 (27 Februari 2021): hal. 1.

¹⁹Kurniatul Juhri dan Citra Kusuma Dewi, "Kepercayaan dan Penerimaan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)" 10, no. 1 (2017): hal. 17.

3. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang mempercayai bahwa penggunaan teknologi informasi hal yang mudah, dan tidak membutuhkan tenaga yang keras dalam mengaplikasikannya.²⁰

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan sistem justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan belajar yang lebih mudah dibanding dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem (manual).

Apabila seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan, maka seseorang akan menggunakannya. Begitu sebaliknya, apabila seseorang merasa percaya bahwa teknologi informasi tersebut tidak mudah untuk digunakan maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya. Variabel persepsi kemudahan penggunaan ini dibentuk dari beberapa indikator variabel. Variabel ini diuraikan dengan indikator variabel sebagai berikut :

- a. Mudah untuk dipelajari.
- b. Terkendali, jelas & dapat dipahami,
- c. Fleksibel , tidak banyak usaha
- d. Mudah untuk dipergunakan.²¹

²⁰ Indyah Hartanti Santi dan Fandi Sudiasmo, *Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*, cetak pertama (Surabaya: Cv. Jakad Media Publishing, 2020), hal. 23.

Dalam syariat islam Allah SWT telah melafazkan dalam alquran tentang kemudahan di Q.S Al-Insyirah 5-6 berikut :

﴿ فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۚ ٥ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۚ ٦ ﴾ (الشرح/94:5-6)

5.Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. 6. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. (Al- Insyirah/94:5-6).²²

Ibnu Katsir menerangkan dalam tafsirnya, "Ada pun penjelasannya adalah sebagai berikut: lafazh *al-'urri* (kesulitan) dalam ayat tadi yang terdapat di dua tempat itu berbentuk *ma'rifat* (definitif). Ini menunjukkan arti bahwa kesulitan itu sebenarnya hanya satu (mufrad). Sedangkan lafazh *yusran* (kemudahan) berbentuk nakirah (in definitif). Ini menunjukkan bahwa kemudahan itu sebenarnya ada banyak (muta'addid). Karena itulah Nabi SAW. bersabda, "*Satu kesulitan takkan bisa mengalahkan dua ke mudahan Itulah yang dimaksud dengan firman-Nya, 'Karena sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*"²³

Dalam hal ini setiap kesulitan pasti ada kemudahan yang di berikan oleh Allah SWT dalam hal ini berkesinambungan dengan *Digital Banking* yang diberikan oleh perbankan dengan memudahkan bertransaksi melalui *Digital Banking*. Dengan kemudahan itu tentunya akan memberikan

²¹Meileny dan Wijaksana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia," hal. 210.

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2019), hal. 596.

²³Mahmud asy-Syafrowi, *Inna Ma'al 'Usri Yusra*, cetakan pertama (Yogyakarta: Mutiara Media, 2010), hal. 14.

kelonggaran waktu dan usaha bagi nasabah sehingga dapat melanjutkan aktivitas lainnya.²⁴

4. Persepsi Manfaat

Manfaat menurut KBBI memiliki arti guna, faedah, laba, untung. Sedangkan persepsi menurut KBBI mempunyai arti tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Dengan demikian persepsi manfaat merupakan respon masyarakat secara langsung terhadap sesuatu hal, di mana sesuatu hal tersebut dapat memberikan nilai arti guna ataupun keuntungan bagi penerima.²⁵

Jogiyanto dalam jurnal Meileny dan Wijaksana menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan persepsi mengenai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi Manfaat menurut Davis dalam jurnal Meileny dan Wijaksana dapat diukur melalui bekerja lebih cepat (*work more quickly*), Bermanfaat (*useful*), Meningkatkan Produktivitas (*increase productivity*), Memperkuat efektivitas (*enhance effectiveness*), dan Meningkatkan performa bekerja (*improve job performance*).²⁶ Dalam hal perpustakaan, persepsi manfaat bagi nasabah yaitu sejauh mana nasabah percaya bahwa penggunaan Digital Banking dapat membantu mereka lebih cepat dalam

²⁴Batubara, Aini, dan Agustina, "Determinants Of Millennial Generations Interest In Using Mobile Banking," hal. 169.

²⁵Muhammad Arifriyanto dan Nur Kholidah, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan uang elektronik berbasis server*, cetakan pertama (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding management, 2020), hal. 7.

²⁶Meileny dan Wijaksana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia," hal. 117.

melakukan transaksi. Pada variabel ini yang dapat mempengaruhi Persepsi Manfaat yaitu

- a. Diri sendiri, yang mana faktor eksternal yang paling utama yaitu berangkat dari diri sendiri dalam menentukan suatu persepsi manfaat.
- b. Fasilitas, fasilitas yang dimiliki oleh *Digital Banking* dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi atau pun sebaliknya.
- c. Kualitas, berkaitan dengan keamanan dan keakuratan, dalam hal ini yaitu *Digital Banking*.
- d. Daya akses, dalam hal ini yaitu daya akses nasabah terhadap server digital yang dimiliki oleh *Digital Banking*.
- e. Kecemasan, merupakan faktor intern dari dalam diri nasabah mengenai penggunaan teknologi.
- f. Sikap, sikap menjadi salah satu faktor eksternal mengenai perasaan suka atau tidak suka terhadap sesuatu.
- g. Persepsi pengguna dalam mengajukan pertanyaan, persepsi ini bisa didapatkan dengan banyak tidaknya pengguna dalam mengajukan pertanyaan ketika melakukan transaksi.
- h. Pengalaman penggunaan *Digital Banking* di tempat lain, juga bisa menjadi salah satu faktor dalam mengevaluasi penerimaan teknologi berdasarkan persepsi manfaat.

- i. Tingkat kerumitan penggunaan, bagaimana respon dari nasabah setelah menggunakan Digital Banking. Apakah rumit atau tidak dalam menggunakan *Digital Banking*.²⁷

5. Persepsi Kepercayaan

Menurut Mahardika dan Basuki kepercayaan dalam Alifatul dan Dwi nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.

Menurut Mahardika dan Basuki dalam jurnal Alifatul dan Dwi mendefinisikan dimensi dari kepercayaan di bagi menjadi 4 yaitu, keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.²⁸

Dalam hal penggunaan Digital Banking, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari Digital Banking, yang ada di *mobile banking, internet banking, sms banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan tersebut. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan

²⁷Ani Herwatin, *Antologi pustakawan*, 2019, hal. 7.

²⁸Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan," no. 2 (2018): hal. 709.

faktor penting yang mendorong nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:

- a. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pe yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan determinan persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking*, sebagai berikut :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Variabel Peneliti	Hasil Penelitian
1	Dirwan	Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. SEIKO : Journal of Management &	Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile (Y), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Manfaat (X2) dan Persepsi Kenyamanan	Hasil penelitian ini terdapat tiga variabel yang mana hasil ketiga nya positif, yang artinya semakin baik ketiga variabel bebas nya maka respon dari responden kepada variabel

²⁹Junai Al Fian, "Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya" 5 (2016): hal. 4.

		Business 5, no. 1 (2022).	(X3)	terikat semakin meningkat. ³⁰
2	Hasnan Habib Harahap	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Skripsi : Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2022.	Minat (Y), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kegunaan (X2), dan Persepsi Kepercayaan (X3).	Hasil penelitian ini bahwa pengaruh positif dan ketiga variabel dependen (X1, X2 dan X3) diterima secara signifikan terhadap variabel independen. ³¹
3	Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, Hantoro Arief Gisijanto	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending, Jurnal Jukim : Universitas Gunadarma. 2022	Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Risiko (X2), Kepercayaan, Minat Penggunaan (Y)	Hasil penelitian ini bahwa persepsi kemudahan X1, Persepsi Resiko X2, dan Kepercayaan X3 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Peer to peer. ³²
4	Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, Yuyun Rosalina	Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus di Kota Jayapura, Indonesia).	Minat (Y), Persepsi kemudahan penggunaan (X1), Persepsi kemanfaatan (X2)	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kedua variabel yang mana keduanya memiliki nilai positif yang mana mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan Digital Banking. ³³

³⁰Dirwan, "Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan," *SEIKO : Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022).

³¹Hasnan Habib Harahap, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.," *Skripsi*, Padang : IAIN Padangsidempuan, 2020.

³²Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, dan Hantoro Arief Gisijanto, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 03 (31 Mei 2022): 01–09, <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>.

³³Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, dan Yuyun Rosalina, "Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f

		Jurnal ilmiah ekonomi islam, Vol.6 (03), 2022.		
5	Rismalia, Sugiyanto	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul, Sinomika Journal : Universitas Esa Unggul, 2022.	Persepsi Kemudahan (X1), persepsi Manfaat (X2), Kepercayaan (X3), Sikap (Z), Keputusan Penggunaan (Y)	Hasil penelitian ini terdapat tiga variabel dependen (X1),(X2), dan (X3) yang mana ketiganya berpengaruh positif terhadap kedua variabel Z dan Y. ³⁴
6	Roberto Roy Purba, Eva Margareth Sarah	Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Melaporkan Spt Tahunan Menggunakan E-Filing Di Kota Medan, Jurnal Mutiara Akuntansi : Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan, 2022.	Kemudahan (X1), Promosi (X2), Kemanfaatan (X3), Keputusan penggunaan (Y)	Hasil penelitian ini bahwa faktor kemudahan (X1) dan kemanfaatan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) e-filing, sedangkan aktivitas promosi (X2) tidak berpengaruh signifikan. ³⁵
7	Atik Afifah	Determinan Minat	Penggunaan	Hasil penelitian

Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (23 Oktober 2020).

³⁴Rismalia dan Sugiyanto, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul,” *SINOMIKA JOURNAL* 1, no. 3 (2022), <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>.

³⁵Roberto Roy Purba dan Eva Margareth Sarah, “Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Melaporkan Spt Tahunan Menggunakan E-Filing Di Kota Medan,” *JURNAL MUTIARA AKUNTANSI* 7, no. 1 (14 Juli 2022): 70–80, <https://doi.org/10.51544/jma.v7i1.3016>.

		Nasabah Menggunakan Digital Banking dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (Utaut) Dalam Persepektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2022. Skripsi : UIN Raden Intan Lampung, 2021	Digital (Y), Kondisi yang Memfasilitasi (X4), Pengaruh Sosial (X3), Expetasi Usaha (X2), dan Harapan Kinerja (X1).	menunjukkan bahwa ketiga variabel dependen (X1),(X2) dan (X3) berpengaruh terhadap varibel independen , tetapi Kondisi yang Memfasilitasi sebagai variabel (X4) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nasabah menggunakan Digital Banking. ³⁶
8	Akhnes Noviyanti, Teguh Erawati	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Digital Banking (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul),2021	Persepsi Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Efektivitas (X3), Minat Menggunakan Financial Teknologi (Y)	Hasil penelitian ini bahwa Persepsi kemudahan X1 dan Efektivitas X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>financial technologi (fintech)</i> , tetapi Kepercayaan berpengaruh negatif atau tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>financial technologi (fintech)</i> . ³⁷

³⁶ Atik Afifah, “Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (Utaut) Dalam Persepektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020.,” *Skripsi*, lampung : UIN Raden Lampung, 2021.

³⁷ Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul),” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia* 4, no. 2 (30 April 2021): 65–74, <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>.

9	Dulmen Saif Siregar	Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (QRIS). Skripsi : Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021.	Minat (Y), Pengetahuan (X1), Manfaat (X2), dan Resiko (X3)	Hasil penelitian ini terkait minat menggunakan (QRIS) pada variabel independen ditolak. Sedangkan ketiga variabel dependen diterima dan berpengaruh positif. ³⁸
10	Harries Arizonia Ismail, Tri Purwani	Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan <i>mobile banking</i> . Journal of Economics and Business, Universitas AKI indonesia, 2021.	Minat Pengguna (Z), Persepsi Kemudahan Pengguna (Y1), Persepsi Kebermanfaatan (Y2), Persepsi Kesesuaian (X)	Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Untuk lima hipotesis yang diajukan hasil seluruhnya berpengaruh secara positif dan signifikan. ³⁹

Perbedaan penelitian Dirwan dengan Penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian. Dirwan memilih menggunakan objek yang berbeda dan Dirwan memilih PT. Bank Mandiri Cabang Sam Ratulangi sebagai objek penelitian. Sedangkan penelitian ini sama sama menggunakan metode kuantitatif. Persamaannya terletak pada objek penelitiannya dan kuisisioner.⁴⁰

Perbedaan penelitian Hasnan Habib Harahap dengan penelitian ini adalah dari objek penelitian dan lokasi penelitian. Hasnan Habib Harahap memilih menggunakan objek penelitian pada mobile banking pada Dosen IAIN Padangsidimpuan, sedangkan penelitian ini menggunakan objek Generasi

³⁸Dulmen Saif Siregar, "Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (Qris)," *Skripsi*, Padang : IAIN Padangsidimpuan, 2021.

³⁹Harries Arizonia Ismail dan Tri Purwani, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking," *Indicators : Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (13 November 2021).

⁴⁰"Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan."

Milenial Muslim di Kota Padangsidempuan. Persamaan dari penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan metode TAM.⁴¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Hendri dan Eka adalah terhadap Variabel independen, Variabel X2 dan Objek serta lokasi penelitian, Hendri dan Eka menggunakan Variabel Minat (Y), Variabel Resiko X2 dengan lokasi penelitian di Universitas Gunadarma. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Hendri dan Eka adalah Sama-sama menggunakan tiga variabel dan metode penelitian yang sama.⁴²

Perbedaan penelitian Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, dan Yuyun Rosalina dengan Penelitian ini adalah lokasi penelitian. Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, dan Yuyun Rosalina menggunakan lokasi kota jaya pura sebagai lokasi penelitian. Sedangkan penelitian ini Kota Padangsidempuan sebagai lokasi penelitian. persamaan nya terletak di model penelitian dengan menggunakan kuantitatif, data primer dan angket.⁴³

Perbedaan penelitian Rismalia dan Sugiyanto dengan penelitian ini adalah variabel independen, lokasi serta objek penelitian, Rismalia dan Sugiyanto menggunakan variabel Sikap, dengan lokasi di Universitas Esa

⁴¹ Habib Harahap, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking."

⁴² Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, dan Hantoro Arief Gisijanto, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending," 31 Mei 2022.

⁴³ Pratiwi, Affandy, dan Rosalina, "Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim," 23 Oktober 2020.

Unggul, persamaan penelitian ini dengan penelitian Rismalia dan Sugiyanto sama-sama menggunakan kuantitatif dan angket serta variabel yang sama.⁴⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Purba dan Eva adalah terhadap Variabel X2 dan Objek serta lokasi penelitian, Purba dan Eva menggunakan Variabel Promosi dengan lokasi penelitian di Kota Medan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Purba dan Eva adalah Sama-sama menggunakan tiga variabel dan metode penelitian yang sama.⁴⁵

Perbedaan penelitian Atik Afifah dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel yang berbeda, dan serta lokasi yang berbeda, Atik afifah memilih lokasi Belitang Ongku timur, sedangkan penelitian ini di kota Padangsidempuan. Persamaan penelitian ini dengan Atik Afifah sama-sama menggunakan metode kuantitatif, data primer, dan angket.⁴⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Akhnes dan Teguh adalah terhadap Variabel X2,X3, independen dan Objek serta lokasi penelitian, Akhnes dan Teguh menggunakan Variabel minat (Y) , Kepercayaan (X2), efektivitas (X3) dengan lokasi penelitian di Kabupaten Bantul. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Akhnes dan Teguh adalah Sama-sama menggunakan tiga variabel dan metode penelitian yang sama.⁴⁷

⁴⁴ “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul.”

⁴⁵ Purba dan Sarah, “Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Melaporkan Spt Tahunan Menggunakan E-Filing Di Kota Medan.”

⁴⁶ Afifah, “Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (Utaut) Dalam Persepektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020.”

⁴⁷ Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul).”

Perbedaan penelitian Dulmen Saif Siregar dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya. Dulmen Saif Siregar menggunakan objek penelitian QRIS yang mana fitur tersebut termasuk kedalam aplikasi Mobile Banking. Sedangkan penelitian ini objeknya *Digital Banking*, yang mana QRIS fitur dari Aplikasi Mobile banking tergolong dari jenis-jenis Digital Banking. Persamaan nya terletak menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear dan kuisisioner.⁴⁸

Perbedaan penelitian Haries Arizonia dan Tri Purwani dengan penelitian ini adalah dari variabel yang digunakan peneliti. Haries Arizonia dan Tri Purwani menggunakan lima variabel dalam penelitiannya. Untuk persamaanya sendiri sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan regresi linear berganda, dan kuisisioner.⁴⁹

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan satu atau beberapa faktor yang berhasil di identifikasikan sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti. Kerangka berpikir merupakan sebuah struktur teoritis, asumsi, prinsip, dan aturan yang menyatukan ide-ide yang terdiri dari konsep yang luas.⁵⁰ Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan menggunakan Digital Banking dan variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan.

⁴⁸ Siregar, "Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (Qris)."

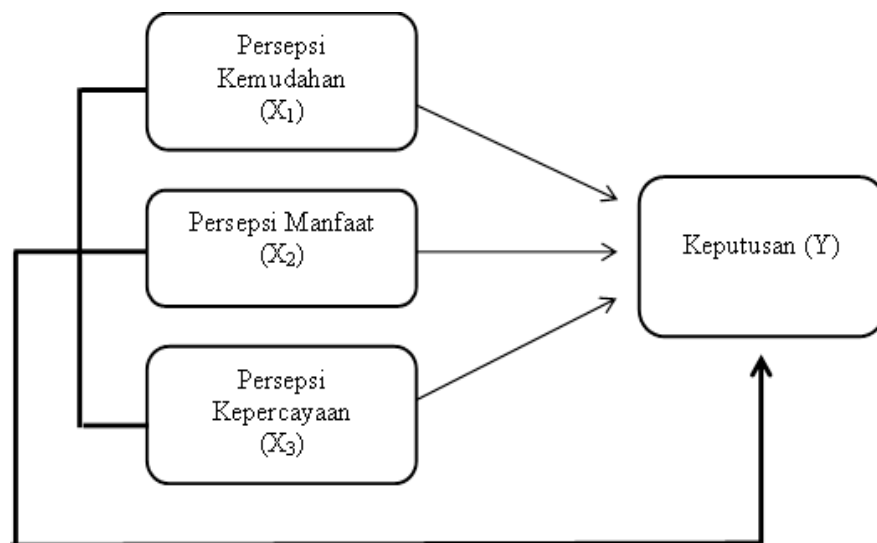
⁴⁹ Ismail dan Purwani, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking."

⁵⁰ Suryani dan Hendriyani, *Metode Riset Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2014), Hal. 93.

Berdasarkan pembahasan di atas, kerangka teori dan penelitian terdahulu, maka kerangka pikir dalam penelitian ini dijelaskan bahwa secara parsial variabel X_1 (Persepsi kemudahan) berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan), variabel X_2 (Persepsi manfaat) berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan), variabel X_3 (Persepsi kepercayaan) berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan), dan secara simultan variabel X_1 (Persepsi kemudahan), variabel X_2 (Persepsi manfaat), dan variabel X_3 (Persepsi kepercayaan) berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan).

Gambar II.1

Model Kerangka Pikir



Keterangan :

X_1	: Persepsi kemudahan (Variabel Bebas)
X_2	: Persepsi Manfaat (Variabel Bebas)
X_3	: Variabel Kepercayaan (Variabel Bebas)
Y	: Keputusan (Variabel Terikat)
\longrightarrow	: Secara Parsial (Secara Individu)
\longrightarrow	: Secara Simulatan (Secara Bersama)

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan. Hipotesis merupakan pernyataan sementara berupa dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang masih harus diuji. Oleh karena itu, hipotesis berfungsi sebagai cara untuk menguji kebenaran.⁵¹

Berdasarkan kerangka pikir yang dikemukakan maka hipotesis penelitian ini adalah :

H_{a1} : Terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

H_{o1} : Tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

⁵¹ *Ibid.*, Hal. 98.

Ha₂ : Terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

Ha₃ : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

Ho₃ : Tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

Ha₄ : Terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan secara simultan terhadap Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

Ho₄ : Tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan secara simultan terhadap Generasi Milenial Muslim Kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Seputaran Kota Padangsidempuan yang berlokasi Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara. Dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai Desember 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisis yang menggunakan uji statistika. Penelitian kuantitatif dipandu oleh hipotesis tertentu yang kemudian salah satu tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

Penelitian kuantitatif melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen dan dependen.¹ Penelitian kuantitatif juga merupakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidempuan Menggunakan *Digital Banking*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

¹Saebani Beni Ahmad dan Yana Sutina, *Metode penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2018), Hal. 149-150.

Peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.² Maka dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk laki-laki dan perempuan yang berumur 20 sampai 39 Tahun sebanyak 75.910 jiwa, jumlah penduduk yang dimaksud dikhususkan untuk penduduk beragama Islam dengan kriteria dan ketentuan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel III.1
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur
di Kota Padangsidempuan, 2022

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Total
20 – 24	10.057,00	10.378,00	20.435,00
25 – 29	9.903,00	10.296,00	20.199,00
30 – 34	9.424,00	9.738,00	19.162,00
35 – 39	7.854,00	8.260,00	16.114,00
Total			75.910,00

Sumber: Badan Pusat Statistik padangsidempuan dalam Angka 2021³

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai objek penelitian yang secara harfiah berarti contoh. Dalam pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel haruslah representatif (mewakili) terhadap populasi.⁴ Pengambilan sampel pada penelitian ini

²Sugiyono, *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2016), Hal. 80.

³ <https://padangsidempuankota.bps.go.id/publikasi.html>, dikutip desember 2021.

⁴ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2009), Hal. 113-114.

menggunakan rumus *Taro Yamane* dengan tingkat kesalahan 10%, maka sampel pada penelitian ini adalah:⁵

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

$$n = \frac{75,910}{1 + 75,910 \times (0.1)^2}$$

$$n = \frac{75,910}{760,1}$$

99,86 jika dibulatkan menjadi = 100

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Error of sampling* (tingkat kesalahan) yang dapat ditoleransi 10%⁶

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷

D. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

⁵Suryani dan Hendriyadi, *Metode Riset kuantitatif* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2019), Hal. 149.

⁶Erwan Darmawan, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa Di Kampus Stie Banten" 17, no. 1 (2021): Hal. 81.

⁷*Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, Hal. 84.

1. Data Primer

Data primer data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.⁸ Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁹ Dalam penelitian ini data sekunder digunakan untuk mengetahui jumlah penduduk generasi milenial muslim dari Badan Pusat Statistik Padangsidempuan.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen adalah proses pembuatan yang meliputi aktivitas, perencanaan, penyusunan, uji coba, pengabsahan dan kehandalan instrumen penelitian agar instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang reliable.¹⁰ Instrumen merupakan alat bantu bagi peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data atau informasi dari responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respon sesuai dengan pernyataan atau pertanyaan tertulis dengan jawaban terstruktur. Tujuan penyebaran

⁸ *Metode Riset kuantitatif*, Hal. 171.

⁹ *Metode Riset Kuantitatif*, hal. 171.

¹⁰ Muhammad, *Metode Penelitian Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali, 2008), Hal. 114.

angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban.

Dalam penelitian ini digunakan angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.¹¹

Angket dalam penelitian ini yaitu angket tentang determinan keputusan milenial muslim kota padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*. Adapun instrument pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skor skala *Likert*. Maka skor yang ditetapkan untuk pertanyaan pada angket ini adalah:

Tabel III.2

Penetapan Skor Skala *Likert* Atas Jawaban kuisisioner

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

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

¹¹ Boedi Abdullah dan Beni ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), Hal. 215.

Tabel III.3
Kisi-kisi Angket
Keputusan Menggunakan Milenial Muslim Menggunakan
Digital Banking

Varibel Y	Indikator	No.Soa
Keputusan Menggunakan Milenial Muslim Menggunakan <i>Digital Banking</i>	1. Pengenalan kebutuhan	1 dan 2
	2. Pencarian informasi	3 dan 4
	3. Penilaian alternatif	5 dan 6
	4. Keputusan menggunakan.	7 dan 8
	5. Perilaku pasca penggunaan.	9 dan 10

Tabel III.4
Kisi-kisi Angket
Persepsi Kemudahan

Varibel X₁	Indikator	No.Soa
Persepsi Kemudahan	1. Mudah dipelajari	1 dan 2
	2. Mudah dipergunakan	3 dan 4
	3. Tidak membutuhkan banyak usaha	5 dan 6
	4. Mudah dipergunakan sesuai keinginan	7 dan 8

Tabel III.5
Kisi-kisi Angket
Persepsi Manfaat

Varibel X₂	Indikator	No.Soa
Persepsi Manfaat	1. Bekerja lebih cepat	1 dan 2
	2. Bermanfaat	3 dan 4
	3. Meningkatkan produktivitas	5 dan 6
	4. Memperkuat efektivitas	7 dan 8
	5. Meningkatkan performa bekerja	9 dan 10

Tabel III.6
Kisi-kisi Angket
Persepsi Kepercayaan

Variabel X₃	Indikator	No.Soa
-------------------------------	------------------	---------------

Persepsi Kepercayaan	1. Kenyamanan pe terhadap nasabah.	1 dan 2
	2. Kepedulian terhadap permasalahan nasabah.	3 dan 4
	3. Kreadibilitas pada penyelenggaraan mekanisme operasional.	5 dan 6
	4. Keamanan sistem terhadap data nasabah.	7 dan 8

2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan tatap muka dimana salah satu pihak sebagai *Interviewer* dan pihak lainnya berperan sebagai interviewe dengan tujuan tertentu, misalnya untuk mendapatkan informasi atau mengumpulkan data.¹² Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan ingin mengetahui hal dari responden, adapun maksud mewawancari yaitu generasi milenial muslim kota Padangsidimpuan dengan menggunakan *google form* secara online.

3. Dokumentasi.

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumentasi bisa berupa momen, bentuk tulisan, foto-foto, atau karya dari seseorang. Dokumen bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi dilapangan. Dalam penelitian ini penulis mencari data dengan penelitian berupa tulisan, foto-foto untuk mendukung penelitian.

¹² Fadhallah, *Wawancara*, cetakan pertama (Jakarta timur: Unj Press, 2021), Hal. 2.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran.

Permasalahan validitas instrumen akan menunjukkan pada mampu tidaknya instrumen tersebut mengukur objek yang diukur. Apabila instrumen tersebut mampu untuk mengukur apa yang diukur, maka instrumen dikatakan valid. Sebaliknya, apabila tidak mampu mengukur apa yang diukur maka dikatakan tidak valid. Untuk menguji validitas instrumen pada penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan hasil perhitungan r hitung dengan r tabel product moment dengan tarif signifikansi 10%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item yang diuji valid.¹³

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menggambarkan kemantapan dan kestabilan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*). Pada penelitian ini,

¹³ Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPS* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), Hal. 79.

metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode alpha cronbach's yang dimana kuesioner dianggap reliable apabila *cronbach's alpha* > 0,600.¹⁴

G. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS versi 22.0 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹⁵

Metode ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking*. Analisis deskriptif meliputi; nilai maksimum, nilai minimum, mean, median, sum dan standar deviasi.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tapi pada nilai

¹⁴ *Ibid.*, Hal. 89.

¹⁵ *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, Hal. 147.

residualnya.¹⁶ Uji normalitas digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus *Kolmogrov Smirmov* dengan pendekatan *Exact (Sig. 2 tails)*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, maka penelitian bisa dikatakan normal, tidak berdistribusi normal apabila nilai absolut lebih kecil dari *level of significan*, untuk menentukan taraf signifikan pada penelitian.

Jika nilai signifikannya $> 0,1$ maka variabel berdistribusi dengan normal, begitu juga jika nilai $< 0,1$ maka variabel penelitian berdistribusi tidak normal.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda.¹⁷ Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .¹⁸

2. Uji Heteroskedastisitas

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

¹⁶ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana, 2014), Hal, 272.

¹⁷ Sugiono dan agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lirse* (Bandung: Alfabeta, 2015), Hal. 383.

¹⁸ Dwi Priyanto, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), Hal. 93.

regresi.¹⁹ Model yang digunakan untuk menguji heterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji spearman. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi antara variabel indeviden dengan absolut residual $< 0,1$ maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi antara variabel indeviden dengan absolut residual $> 0,1$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.

I. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu teknik atau analisa statistika yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²⁰ Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \dots b_n X_n + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

X : Variabel independen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi variabel independen

e : *Error*

Berdasarkan persamaan tersebut, maka persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah:

$$KM = a + \beta_1 PK + \beta_2 PM + \beta_3 PKp + e$$

¹⁹ Irianto, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya*, Hal. 113.

²⁰ Sugiyono, *Op. Cit.*, Hal. 250

Keterangan:

KM : Keputusan menggunakan Digital Banking

PK : Persepsi Kemudahan

PM : Persepsi Manfaat

PKp : Persepsi Kepercayaan

a : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi variabel independen

e : *Error*

J. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.²¹ Uji hipotesis secara parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan milenial muslim kota padangsidiempuan menggunakan Digital Banking. Kriteria pengujian yaitu:

- a. Jika $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*, tidak terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*, tidak terdapat pengaruh persepsi

²¹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), Hal. 244.

kepercayaan terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*.

- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*, terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*, terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.²² Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara parsial persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan signifikan atau tidak terhadap keputusan milenial muslim kota Padangsidempuan menggunakan Digital Banking, maka kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan milenial muslim kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.

²² Ibid., Hal. 245.

- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan milenial muslim kota Padangsidempuan menggunakan *Digital Banking*.
3. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Nilai koefisien determinasi r^2 menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada antara 0 sampai dengan 1. Semakin tinggi nilainya maka menunjukkan semakin eratnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.²³

²³ Jaka Sriyana, *Metode Regresi Data Panel* (Yogyakarta: Ekonisia, 2014), Hal. 53.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Padangsidempuan

1. Sejarah Kota Padangsidempuan.

Nama kota ini berasal dari “*Padang na dimpu*” (*Padang* = hamparan luas, *na* = di, dan *dimpu* = tinggi) yang berarti “hamparan rumput yang luas yang berada di tempat yang tinggi.” pada zaman dahulu daerah ini merupakan tempat persinggahan para pedagang dari berbagai daerah, pedangan ikan dan garam dari Sibolga – Padangsidempuan - Panyabungan, Padang Bolak (Paluta) - Padangsidempuan - Sibolga.

Seiring perkembangan zaman, tempat persinggahan ini semakin ramai dan kemudian menjadi kota. Kota ini dibangun pertama kali sebagai benteng pada 1821 oleh pasukan Paderi yang dipimpin oleh Tuanku Imam Lelo. Benteng ini membentang dari Batang Ayumi sampai Aek Sibontar. Sisa-sisa benteng peninggalan Perang Paderi saat ini masih ditemukan, walau sudah tidak terawat dengan baik. Dan pengaruh pasukan Paderi ini berdampak pada agama yang dianut oleh mayoritas penduduk kota ini beragama Islam.

Namun pada zaman penjajahan Belanda, kota Padang Sidempuan dijadikan pusat pemerintahan oleh penjajah Belanda di daerah Tapanuli. Peninggalan bangunan Belanda disana masih dapat dijumpai berupa kantor pos polisi pusat kota padangsidempuan. Sehingga tidak heran, kalau ingin

melihat sejarah kota Padang Sidempuan, tersimpan foto-foto zaman dahulu kota Padang Sidempuan di sebuah museum di kota Leiden, Belanda.

Sebelumnya Padang Sidempuan merupakan Kota Administratif berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1982. Kemudian sejak tanggal 21 Juni 2001, berdasarkan Undang-undang Nomor 4 Tahun 2001, Kota Padang Sidempuan ditetapkan sebagai Daerah Otonom dan merupakan hasil penggabungan dari Kecamatan Padang Sidempuan Utara, Kecamatan Padang Sidempuan Selatan, Kecamatan Padang Sidempuan Batunadua, Kecamatan Padang Sidempuan Hutaimbaru, dan Kecamatan Padang Sidempuan Tenggara yang sebelumnya masuk wilayah Kabupaten Tapanuli Selatan.¹

2. Letak geografis kota Padangsidimpuan

Berdasarkan posisi geografisnya, Kota Padangsidimpuan memiliki batas-batas: Utara – Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Angkola Barat); Selatan - Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Batang Angkola); Barat - Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Angkola Selatan); Timur – Kabupaten Tapanuli Selatan (Kecamatan Angkola Timur)

3. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian Berjumlah 100 Responden. Kemudian dalam karakteristik responden yang

¹ <https://web.padangsidimpunkota.go.id> kutip tanggal 11 Oktober 2022

dimaksud adalah berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Alamat, Jenis Pekerjaan, Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut:

a. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan.

Hal ini dapat disajikan melalui tabel berikut:

Tabel IV.1

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	60	60%
2	Perempuan	40	40%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022.

Berdasarkan tabel IV.1 menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin Perempuan lebih sedikit daripada laki-laki dengan Persentase 40%. Sedangkan Responden laki-laki sebanyak 60%. Artinya Laki-laki lebih dominan menggunakan *Digital Banking* dalam kegiatan *financial* dan laki-laki lebih berminat daripada perempuan untuk penggunaan *Digital Banking*.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel IV.2 berikut:

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia		
	Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
1	20	6	6%
2	21	6	6%
3	22	23	23%
4	23	11	11%
5	24	26	26%
6	25	9	9%
7	26	7	7%
8	27	5	5%
9	28	3	3%
10	29	2	2%
11	30	1	1%
12	39	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

c. Karakteristik Responden berdasarkan Alamat

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Menurut Alamat

No.	Jenis Kecamatan	Frekuensi	Persentase
1	Padangsidempuan Utara	20	20%
2	Padangsidempuan Tenggara	50	50%
3	Padangsidempuan Selatan	19	19%
4	Padangsidempuan Batunadua	6	6%
5	Padangsidempuan Angkola Julu	4	4%
6	Padangsidempuan Hutaimbaru	1	1%
	TOTAL	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

d. Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan

1	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
2	ASN/TNI/POLRI	4	4%
3	Karyawan	13	13%

4	Mahasiswa	44	44%
5	Wiraswasta	3	3%
6	Lainnya	36	36%
	TOTAL	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel IV.4 menguraikan karakteristik responden menurut jenis pekerjaan dalam penggunaan *Digital Banking* di Padangsidempuan yaitu ASN/TNI/POLRI sebanyak 4 orang dengan persentase 4%. Kemudian pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 13 orang dengan persentase 13%. Dan mahasiswa berjumlah 44 orang dengan persentase 44%. Dan juga wiraswasta sebanyak 3 orang dengan persentase 3%. Di susul dengan Lainnya sebanyak 36 orang dengan pesentase 36%.

e. Jawaban responden berdasarkan Variabel

1) Variabel Keputusan (Y)

Tabel IV.5

Jawaban Responden berdasarkan variabel Keputusan (Y)

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Setuju	5	316
Setuju	4	553
Kurang Setuju	3	111
Tidak Setuju	2	19
Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		1000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel IV.5 menguraikan jawaban responden berdasarkan 10 pernyataan atau pertanyaan pada angket variabel keputusan (Y) terdapat 316 menjawab “sangat setuju”, dan 553

menjawab “setuju”, kemudian 111 menjawab “kurang setuju”, dan juga “tidak setuju” sebanyak 19, dan “sangat tidak setuju” sebanyak 1.

2) Variabel Persepsi kemudahan (X1)

Tabel IV.6

Jawaban Responden berdasarkan variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Sejutu	5	266
Setuju	4	462
Kurang Setuju	3	65
Tidak Setuju	2	5
Sangat Tidak Setuju	1	2
Jumlah		800

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel IV.6 menguraikan jawaban responden berdasarkan 10 pernyataan atau pertanyaan pada angket variabel persepsi kemudahan (X1) terdapat 266 menjawab “sangat setuju”, dan 462 menjawab “setuju”, kemudian 65 menjawab “kurang setuju”, dan juga “tidak setuju” sebanyak 5, dan “sangat tidak setuju” sebanyak 2.

3) Variabel Persepsi manfaat (X2)

Tabel IV.7**Jawaban Responden berdasarkan variabel Persepsi Manfaat (X2)**

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Sejutu	5	259
Setuju	4	572
Kurang Setuju	3	64
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	2
Jumlah		1000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel IV.7 menguraikan jawaban responden berdasarkan 10 pernyataan atau pertanyaan pada angket variabel persepsi manfaat (X2) terdapat 259 menjawab “sangat setuju”, dan 572 menjawab “setuju”, kemudian 64 menjawab “kurang setuju”, dan juga “tidak setuju” sebanyak 3, dan “sangat tidak setuju” sebanyak 2.

4) Variabel Persepsi kepercayaan (X3)

Tabel IV.8**Jawaban Responden berdasarkan variabel Persepsi Kepercayaan (X3)**

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Sejutu	5	208
Setuju	4	484
Kurang Setuju	3	101
Tidak Setuju	2	6
Sangat Tidak Setuju	1	2
Jumlah		800

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel IV.8 menguraikan jawaban responden berdasarkan 10 pernyataan atau pertanyaan pada angket variabel

Persepsi kepercayaan (X3) terdapat 208 menjawab “sangat setuju”, dan 484 menjawab “setuju”, kemudian 101 menjawab “kurang setuju”, dan juga “tidak setuju” sebanyak 6, dan “sangat tidak setuju” sebanyak 2.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak valid. Setelah angket disebar maka akan diperoleh hasil dari jawaban para responden pada setiap pernyataan yang meyangkut tentang variabel yang akan diteliti. Sebelum angket dianalisis terlebih dahulu diuji validitas.

Tabel IV.9

Uji Validitas Persepsi Kemudahan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,781	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 98$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item 2	0,667		Valid
Item 3	0,713		Valid
Item 4	0,682		Valid
Item 5	0,667		Valid
Item 6	0,822		Valid
Item 7	0,662		Valid
Item 8	0,767		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Dari hasil uji validitas Persepsi Kemudahan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ adalah 0,1654.

Tabel IV.10

Uji Validitas Persepsi Manfaat

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,808	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=98$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item2	0,735		Valid
Item3	0,753		Valid
Item4	0,896		Valid
Item5	0,820		Valid
Item6	0,790		Valid
Item7	0,705		Valid
Item8	0,766		Valid
Item9	0,847		Valid
Item10	0,785		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022.

Dari hasil uji validitas Persepsi Manfaat dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100-2=98$ adalah 0,1654.

Tabel IV.11

Uji Validitas Persepsi Kepercayaan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,703	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=98$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item2	0,641		Valid
Item3	0,744		Valid
Item4	0,871		Valid
Item5	0,872		Valid
Item6	0,815		Valid
Item 7	0,838		Valid
Item 8	0,847		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022.

Berdasarkan hasil uji validitas Persepsi Kepercayaan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 8 adalah valid. dengan $n=100-2=98$ adalah 0,1654.

Tabel IV.12
Uji Validitas Keputusan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,737	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 98$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
Item2	0,576		Valid
Item3	0,699		Valid
Item4	0,644		Valid
Item5	0,530		Valid
Item6	0,667		Valid
Item 7	0,782		Valid
Item 8	0,789		Valid
Item 9	0,774		Valid
Item 10	0,646		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022.

Berdasarkan hasil uji validitas Keputusan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 100 - 2 = 98$ adalah 0,1654.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan, dengan menggunakan metode *cronbach alpha*. Jika *cronbach alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas untuk semua variabel:

Tabel IV.13
Uji Reabilitas

NO.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan	0,860	Reliabel
2	Persepsi Manfaat	0,862	Reliabel
3	Persepsi Kepercayaan	0,932	Reliabel
4	Keputusan Menggunakan	0,914	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022.

Berdasarkan uji reliabilitas dari hasil output SPSS diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Persepsi Kemudahan yaitu

0,860 > 0,60. Artinya variabel Persepsi Kemudahan dapat dikatakan *reliable*. Kemudian variabel Persepsi Manfaat yaitu 0,862 > 0,60. Artinya variabel Persepsi Manfaat dapat dikatakan *reliable*. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel Persepsi Kepercayaan 0,932 > 0,60. Artinya variabel Persepsi Kepercayaan dapat dikatakan *reliable*. Dan kemudian untuk Keputusan Menggunakan dengan *Cronbach's Alpha* 0,914 > 0,60 artinya pengguna *Digital Banking* reliabel.

3. Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dalam bentuk mean, maksimum, dan minimum dan Standar deviasi.

Tabel IV.14
Uji Deskriptif Statistik

		Statistics			
		Y	X1	X2	X3
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		41.64	33.85	42.83	32.88
Median		41.50	33.00	42.00	32.00
Std. Deviation		4.442	3.600	4.750	4.105
Minimum		30	24	30	24
Maximum		50	40	50	40
Sum		4164	3385	4283	3288

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nilai yang paling minimum yang terletak pada variabel X₁ Persepsi Kemudahan nilai minimum yaitu 24, Maximum 40, Sum adalah 3385, std deviation adalah 3.600, sedangkan nilai mean (rata-rata) yaitu 33,85 dan nilai median 33.00. Selanjutnya variabel X₂

Persepsi Manfaat dengan nilai minimum 30, maksimum dengan nilai 50, dan untuk mean 42,83. Selanjutnya pula dengan variabel X3 Persepsi Kepercayaan dengan nilai minimum 24, maksimum ada 40 dan rata-rata 32,88. Dan variabel Y Keputusan Menggunakan *Digital Banking* nilai minimum yaitu 30, nilai maksimum yaitu 50, dan nilai Mean (Rata-rata) yaitu 41,64.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi $p > 0,1$

Tabel IV.15
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,34903213
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,062
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,454
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Berdasarkan nilai tabel yang ada diatas nilai signifikansinya $> 0,1$ maka distribusinya Normal, nilai signifikansinya $0,454 > 0,1$ memenuhi asumsi normalitas.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah: “ Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $< 0,10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$.”

Tabel IV.16

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,257	3,897
	X2	,267	3,747
	X3	,477	2,095

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Berdasarkan tabel di atas nilai VIF untuk variabel Persepsi Kemudahan (X1) ialah $3,897 < 10,00$, variabel Persepsi Manfaat (X2) ialah $3,747 < 10,00$, dan Kepercayaan (X3) ialah $2,095 < 10,00$. Sehingga dapat disimpulkan nilai VIF dari tabel diatas lebih kecil dari $10,00$ ($VIF < 10,00$).

Sementara itu nilai *Tolerance* untuk variabel Persepsi Kemudahan (X1) adalah $0,257 > 0,10$, variabel Persepsi Manfaat (X2) $0,267 > 0,10$, dan Persepsi Kepercayaan (X3) $0,477 > 0,10$. Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari $0,10$ (*Tolerance* $> 0,10$).

Berdasarkan penilaian diatas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Uji heteroskedastisitas

Tabel IV.17
Uji Heteroskedastisitas

			Correlations			
			X1	X2	X3	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,848**	,694**	,021
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,837
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	,848**	1,000	,653**	,022
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,831
		N	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	,694**	,653**	1,000	-,028
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,782
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,021	,022	-,028	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,837	,831	,782	.	
	N	100	100	100	100	

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa Variabel X₁ Persepsi Kemudahan, X₂ Persepsi Manfaat dan X₃ Persepsi Kepercayaan mempunyai nilai Signifikan lebih besar dari 0,1 dengan nilai X₁ 0,837 > 0,1, X₂ 0,831 > 0,1 dan X₃ 0,782 > 0,1 artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi Variabel X_1 Persepsi Kemudahan, X_2 Persepsi Manfaat, dan X_3 Persepsi Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap milenial muslim menggunakan *Digital Banking*. Adapun hasil sebagai berikut:

Tabel IV.18
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,183	2,346		2,209	,030
X1	,510	,131	,414	3,881	,000
X2	,379	,098	,406	3,883	,000
X3	,089	,085	,083	1,057	,293

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Berdasarkan hasil uji parsial di atas, dapat diketahui bahwa jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh variabel independen terhadap Variabel dependen dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen yang diperoleh dengan rumus $df = n-k-1$ atau $100-3-1= 96$ sebesar 1,66088. Dengan nilai sebagai berikut:

- 1) Persepsi Kemudahan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,881 > 1,66088$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ artinya adanya pengaruh dan signifikan

Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

- 2) Persepsi Manfaat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,883 > 1,66088$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ artinya adanya pengaruh dan signifikan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.
- 3) Persepsi Kepercayaan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,057 < 1,66088$ dan nilai signifikansi $0,293 > 0,1$ artinya tidak adanya pengaruh dan tidak signifikan Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

Jadi dapat disimpulkan variabel X1, X2 dan X3 terdapat pengaruh terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

6. Uji Simultan(Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji penaruh dari keseluruhan variabel dependent terhadap variabel independen.

Tabel IV.19

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1406,763	3	468,921	82,406	,000 ^b
	Residual	546,277	96	5,690		
	Total	1953,040	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 82,406 Sedangkan f_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $100-3-1=96$ yaitu sebesar 2,69, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $0,000 < (0,1)$ artinya terdapat pengaruh dan

signifikan variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan terhadap kinerja Keputusan Menggunakan *Digital Banking* secara simultan.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel IV.20
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,183	2,346		2,209	,030
X1	,510	,131	,414	3,881	,000
X2	,379	,098	,406	3,883	,000
X3	,089	,085	,083	1,057	,293

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Berdasarkan uji hasil regresi linier Berganda pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$KM = a + \beta_1 PK + \beta_2 PM + \beta_3 PKp + e$$

$$KM = 5,183 + 0,510PK + 0,379PM + 0,089PKp + 2,346$$

Dan persamaan regresi di atas dapat di artikan bahwa:

- a. Nilai konstan adalah sebesar 5,183 artinya jika variabel Persepsi Kemudahan (PK), Persepsi Manfaat (PM), dan Persepsi Kepercayaan (PKp) nilai 0, maka Keputusan Menggunakan *Digital Banking* (KM) nilainya 5,183 satuan.
- b. Nilai Koefisien Persepsi Kemudahan adalah sebesar 0,510 artinya apabila variabel Persepsi Kemudahan (PK), ditambah 1 satuan maka

variabel Keputusan Menggunakan *Digital Banking* (KM) naik sebesar 0,510 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Persepsi Kemudahan dengan Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

- c. Nilai Koefisien Persepsi Manfaat adalah sebesar 0,379 artinya apabila variabel Persepsi Manfaat (PM) ditambah 1 satuan maka variabel Persepsi Manfaat naik sebesar 0,379 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai Positif artinya terjadi hubungan Positif antara Persepsi Manfaat (PM) dengan Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.
- d. Nilai Koefisien Persepsi Kepercayaan adalah sebesar 0,089 artinya apabila variabel Persepsi Kepercayaan (PKp) ditambah 1 satuan maka variabel Persepsi Kepercayaan naik sebesar 0,089 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai Positif artinya terjadi hubungan Positif antara Persepsi Kepercayaan (PKp) dengan Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.21
Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,849 ^a	,720	,712	2,385	1,704

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,849 artinya kolerasi antara variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking* terjadi hubungan Sangat Kuat. Nilai R^2 sebesar 0,720 artinya variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, mampu menjelaskan variabel dependen atau Keputusan menggunakan *Digital Banking* Sebesar 72,0%. Sedangkan 28,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian yang tidak dilakukan oleh peneliti, antara lain variabel kenyamanan, minat, pengetahuan, resiko, persepsi kesesuaian, persepsi kegunaan, kondisi yang memfasilitasi, pengaruh sosial, ekspetasi usaha, harapan kinerja, sikap, promosi, dan efektivitas.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “**Determinan Keputusan Menggunakan Digital Banking pada Millenial Muslim di Kota Padangsidimpuan**” dengan jumlah Responden 100 Orang. Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Digital Banking berpengaruh positif dan signifikan:

a. **Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan**

Digital Banking, adalah:

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan peneliti variabel Kemudahan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,881 > 1,66088$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_a diterima H_0 ditolak artinya adanya pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

Persepsi kemudahaan adalah sejauh mana seseorang mempercayai bahwa penggunaan teknologi informasi hal yang mudah, dan tidak membutuhkan tenaga yang keras dalam mengaplikasikannya, Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan belajar yang lebih mudah dibanding dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem (manual). Variabel persepsi kemudahan penggunaan ini dibentuk dari beberapa indikator yaitu Mudah untuk dipelajari, Terkendali, jelas & dapat dipahami, Fleksibel, tidak banyak usaha, Mudah untuk dipergunakan.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Dirwan menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Hasil uji hipotesis 1 (H1) bahwa variabel persepsi kemudahan memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,485 dengan $t_{hitung} = 5,309$ pada signifikansi = 0,000 ($< 0,05$), maka H_0 ditolak dan hipotesis 1 (H1) terdukung secara statistik.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, Yuyun Rosalina menemukan jawaban responden yang positif terkait dengan persepsi kemudahan saat menggunakan aplikasi *Digital Banking*, menyatakan variabel persepsi kemudahan penggunaan Digital Banking memiliki nilai t-hitung yaitu $3.495 > t\text{-tabel}$

1,660 dan nilai signifikansi yaitu 0.001 berada dibawah 0.1. Jadi dapat disimpulkan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Keputusan menggunakan *Digital Banking* artinya hipotesis **diterima**.

b. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking*,

Berdasarkan uji t Untuk variabel Persepsi Manfaat (X_2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-3,883 > 1,66088$ nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_a diterima H_o ditolak artinya adanya pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan Digital Banking.

Jogiyanto dalam buku pustakawan Ani Herwatin menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan persepsi mengenai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi Manfaat menurut Davis dapat diukur melalui bekerja lebih cepat (*work more quickly*), Bermanfaat (*useful*), Meningkatkan Produktivitas (*increase productivity*), Memperkuat efektivitas (*enhance effectiveness*), dan Meningkatkan performa bekerja (*improve job performance*).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dulmen Saif, Hal ini terbukti dari hasil uji parsial (t) dapat dilihat bahwa nilai manfaat $0,000 < 0,1$ Artinya bahwa pertama (H_2) yang menyatakan manfaat dalam menggunakan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS.

Begitu Juga dengan penelitian Rismalia dan sugiyanto Adanya pengaruh langsung persepsi manfaat (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) berdasarkan pada gambar diatas diketahui untuk variabel persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan (Y) dengan nilai koefisien sebesar $0,225 < 1,975$. Jadi dapat disimpulkan persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking* artinya Hipotesis **diterima**.

c. Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking*.

Berdasarkan uji t untuk variabel Persepsi Kepercayaan (X₃) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,057 < 1,66088$ nilai signifikansi $0,293 > 0,1$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak artinya tidak adanya pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking*.

Menurut Mahardika dan Basuki kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Dalam hal penggunaan *Digital Banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari Digital Banking, yang ada di *mobile banking, internet banking, sms banking* , mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan

tersebut. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu, Kehandalan, Kepedulian, Kreadibilitas.

Sejalan dengan penelitian Irawati maka hal ini terlihat dalam nilai signifikan $0,390 > 0,1$ dan nilai t hitung $0,864 < t$ tabel $1,661$. Maka hipotesis kedua tidak didukung oleh hasil, hal ini mengartikan bahwa tidak ada pengaruh antara kepercayaan dengan minat menggunakan *Digital Banking*. maka dapat diartikan generasi milenial belum sepenuhnya percaya terhadap *digital banking*, baik dari segi keamanan dan kehandalan. Jadi dapat disimpulkan persepsi kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking* artinya Hipotesis **ditolak**.

d. Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan Persepsi kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Digital Banking*.

Dalam jurnal Budi Gautama Siregar keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif, yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga terbentuknya kesimpulan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu. Keputusan nasabah milenial muslim dalam menggunakan Digital Banking menjadi salah satu alternatif kemudahan dalam bertransaksi di dunia perbankan.

Dalam hal ini keputusan dapat di ukur oleh beberapa indikator, yaitu : Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian. nilai F_{hitung} sebesar $82,406$ Sedangkan f_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $100-3-1=96$ yaitu sebesar $2,69$, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh variabel

Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kepercayaan terhadap kinerja Keputusan Menggunakan Digital Banking secara simultan. Artinya hipotesis **diterima**. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pengaruh Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan milenial muslim menggunakan *Digital Banking*

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, diantaranya:

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan terhadap variabel lain yang dapat memengaruhi Keputusan Menggunakan *Digital Banking*. Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan memberikan sumbangan sebesar 72,0%. terhadap Keputusan Menggunakan Digital Banking, sedangkan 28,0% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
- b. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran dan integrasi para responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan.
- c. Keterbatasan tempat penelitian, dimana peneliti hanya bisa meneliti Pada Generasi Millenial Muslim di Kota Padangsidempuan

Dari banyaknya keterbatasan penelitian ini peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat Persepsi Kemudahan, terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking* secara parsial, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,881 > t_{tabel} 1,66088$
2. hasil penelitian, bahwa terdapat Persepsi Kemudahan, terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking* secara parsial, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,883 > t_{tabel} 1,66088$
3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa tidak terdapat Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan *Digital Banking* secara parsial, yang dibuktikan dengan bahwa $t_{hitung} 1,057 < t_{tabel} 1,66088$
4. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan persepsi Kepercayaan secara simultan, yang dibuktikan dengan $F_{hitung} 82,406 > F_{tabel} 2,46$.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Bagi milenial muslim kota Padangsidimpuan diharapkan tetap mempertahankan dan terus meningkatkan penggunaan Digital Banking dalam bertransaksi *financial*.

2. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti Persepsi kemudahan , persepsi manfaat, persepsi kepercayaan yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi pengguna *Digital Banking*. agar terlihat perbedaan dari hasil penelitian yang akan diteliti nantinya.
3. Bagi dunia perbankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan edukasi dan manfaat terkait *Digital Banking*, baik berupa jenis *internet banking*, serta menjelaskan cara-cara penggunaannya , untuk lebih menarik nasabah dalam menggunakannya *Digital Banking* pada kebutuhan *financial*.
4. Bagi program studi perbankan syariah untuk menguatkan tentang *technology* perbankan, baik dalam *mobile banking*, dan *internet banking*, serta *Digital Banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi, dan Beni ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Afifah, Atik. “Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking dengan Menggunakan Metode Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (Utaut) Dalam Persepektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020.” *Skripsi*, lampung : UIN Raden Lampung, 2021.
- Aieni, Aviana Nur, dan Anissa Hakim Purwantini. “Exploring The Use Of Mobile Banking: A Technology Acceptance Model Approach” 15 (2017): 11.
- Akhnes Noviyanti dan Teguh Erawati. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul).” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia* 4, no. 2 (30 April 2021): 65–74. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>.
- Arfah, Y., B. Nasution, dan R.J. Siregar. *Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional*, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAAQBAJ>.
- Arifriyanto, Muhammad, dan Nur Kholidah. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan uang elektronik berbasis server*. Cetakan pertama. Jawa tengah: PT. Nasya Epadding management, 2020.
- Batubara, Sarmiana, Ihdi Aini, dan Yuli Agustina. “Determinants Of Millennial Generations Interest In Using Mobile Banking.” *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 9, no. 2 (30 Desember 2021).
- Beni Ahmad, Saebani, dan Yana Sutina. *Metode penelitian*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Christiani, Misyella Fanny, dan Intan Immanuela. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Nasabah Bank Di Madiun” 09, no. 03 (2021): 13.
- Darmawan, Erwan. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa Di Kampus Stie Banten” 17, no. 1 (2021): 14.
- <https://padangsidimpunkota.bps.go.id/publikasi.html>. “data penduduk 2020,” dikutip desember 2021.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro, 2019.

———. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro, 2019.

Desky, Harjoni, Rina Murinda, dan Razali Razali. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe.” *Owner* 6, no. 2 (3 April 2022): 1812–29. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>.

Dewi, Sandra, Sandri, dan Vina Pandu Winata. “Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh.” *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* 2, no. 2 (28 Desember 2018): 203.

Diana. *Metode Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Deepublish, 2018. <https://books.google.co.id/books?id=nJSEDwAAQBAJ>.

Dirwan. “Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022).

Fadhallah. *Wawancara*. Cetakan pertama. Jakarta timur: Unj Press, 2021.

Fadlan, Abi. “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya).” *Skripsi*, Universitas Brawijaya: Malang, 2018.

Fian, Junai Al. “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya” 5 (2016): 18.

Gautama Siregar, Budi. “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.” *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* 4, no. 1 (30 Juni 2018): 1.

Habib Harahap, Hasnan. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.” *Skripsi*, Padang: IAIN Padangsidempuan, 2020.

Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, dan Hantoro Arief Gisijanto. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 03 (31 Mei 2022).

———. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 03 (31 Mei 2022): 01–09. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>.

Herwatin, Ani. *Antologi pustakawan*, 2019.

Hidayatullah, Syarif, Abdul Waris, dan Riezky Chris Devianti. “Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 6, no. 2 (26 Desember 2018): 240.

Irianto, Agus. *Statistik Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana, 2014.

Ismail, Harries Arizonia, dan Tri Purwani. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking.” *Indicators : Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (13 November 2021).

Juhri, Kurniatul, dan Citra Kusuma Dewi. “Kepercayaan dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)” 10, no. 1 (2017): 16.

Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.

Marlina, Asti, dan Fanny Humairah. “Peran Digital Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Kredit (Studi Kasus PT.Bank Tabungan Negara Syariah).” *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan* 6, no. 2 (1 Oktober 2018): 37.

Meileny, Findly, dan Tri Indra Wijaksana. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia.” *Jurnal Ecodemica* 4, no. 2 (2020): 201–2.

Moridu, Irwan. “Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan: Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.” *Jurnal Riset Akuntansi Politala* 3, no. 2 (29 Desember 2020): 67–73.

Muhammad. *Metode Penelitian Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali, 2008.

Ningsih, Hutami A, Endang M Sasmita, dan Bida Sari. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa” 4, no. 1 (2021): 9.

- Nofinawati, dan Jumi Atika. "Identification Of Determining Factors Of Community Decisions In Selecting Sharia And Conventional Banks." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* 8, no. 1 (29 Juni 2020).
- Palapa, Arika, dan Iksan Saifudin. "Analisa Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Pendaftaran Penilaian Training Record Book (Smile 05) Studi Pada PUKP 05 Semarang." *Majalah Ilmiah Bahari Jogja* 19, no. 1 (27 Februari 2021): 70–86.
- Pratiwi, Ira Eka, Fachrudin Fiqri Affandy, dan Yuyun Rosalina. "Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (23 Oktober 2020).
- Priyanto, Dwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011.
- Purba, Roberto Roy, dan Eva Margareth Sarah. "Pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Melaporkan Spt Tahunan Menggunakan E-Filing Di Kota Medan." *JURNAL MUTIARA AKUNTANSI* 7, no. 1 (14 Juli 2022): 70–80. <https://doi.org/10.51544/jma.v7i1.3016>.
- Putra, C.I.W., dan M.F. Nursal. *Perilaku konsumen*. Rena Cipta Mandiri, 2022. <https://books.google.co.id/books?id=BWF9EAAAQBAJ>.
- Putri, Atika Tiara, dan Setiamurti Rahardjo. "Aplikasi Fasilitas dan Suasana Interior Perpustakaan Berdasarkan Karakteristik dan Kebutuhan Generasi Milenial." *Pustakaloka* 11, no. 1 (30 Juni 2019): 80.
- Rahmawati, Yuliani Dwi, dan Rahmi Yuliana Yuliana. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet." *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2, no. 2 (8 November 2020): 157–68.
- Rismalia, dan Sugiyanto. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggul." *SINOMIKA JOURNAL* 1, no. 3 (2022). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.309>.
- Romadloniyah, Alifatul Laily, dan Dwi Hari Prayitno. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan," no. 2 (2018): 13.

- Saidah, Ishlakhatu, Adi Atmoko, dan Muslihati Muslihati. "Aspirasi Karier Generasi Milenial." *Edu Consilium: Jurnal Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam* 2, no. 1 (20 Maret 2021). <https://doi.org/10.19105/ec.v2i1.4429>.
- Santi, Indyah Hartanti, dan Fandi Sudiasmo. *Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use dan Actual Usage Pada Aplikasi Identifikasi Jenis Kulit Wajah*. Cetak pertama. Surabaya: Cv. Jakad Media Publishing, 2020.
- Siamat. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Cetak Pertama. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005.
- Siregar, Dulmen Saif. "Determinan Minat Menggunakan Quick Response Indonesian Standard (Qris)." *Skripsi*, Padang: IAIN Padangsidimpuan, 2021.
- Sriyana, Jaka. *Metode Regresi Data Panel*. Yogyakarta: Ekonisia, 2014.
- Sudarmanto, Gunawan. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Sugiono, dan agus Susanto. *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lirse*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta, 2016.
- Suhartanto, Dwi, David Dean, Nono Wibisono, Carol Y. Lu, dan Hanudin Amin. "Millennial Loyalty in Halal Tourism: A Destination-Based Analysis." *Current Issues in Tourism* 25, no. 9 (3 Mei 2022): 1467–80. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1924635>.
- Sulfina, Yuliniar, dan Alfida Aziz. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay)." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 17, no. 2 (1 Februari 2022).
- Sumarwan, Ujang. *Metode Riset dan Bisnis Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2018.
- Suryani, dan Hendriyadi. *Metode Riset kuantitatif*. Jakarta: Pranadamedia Group, 2019.
- Suryani, dan Hendriyani. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Syafrowi, Mahmud asy-. *Inna Ma'al 'Usri Yusra*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Mutiara Media, 2010.

Syahrum, dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2009.

Yani, Evi, Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia, dan Ari Puspita. “Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model.” *Jurnal Informatika* 5, no. 1 (19 April 2018): 34–42. <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.31294/ji.v5i1.2717>.

Zahara, Mila Nabila, Dadan Wildan, dan Siti Komariah. “Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas Untuk Muslim Milenial di Era Digital.” *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2, no. 1 (30 Juni 2020): 52–65. <https://doi.org/10.52483/ijsted.v2i1.21>.

zuhaili, Wahbah az-. *Tafsir al-Munir Jilid 2 Aqidah, Syariah, Manhaj*. Depok: Gema Insani, 2021.

Sumber Lain-lain

Hasil wawancara dari Saudari Setiawan Harahap Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan, 17 juni 2022, Pukul 09.47 WIB.

Hasil wawancara dari Saudari Try Mahendra Alumni Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, 17 Juni 2022, Pukul 09.56 WIB.

Hasil wawancara dari Saudari Dinda Sintia Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan, 18 juni 2022, Pukul 19.40 WIB.

Sehat Purnama “*Observasi Online Google Form*” diakses 20 Juni 2022, https://docs.google.com/forms/d/1GdICyqOU78AJsZE2991TXmXAFImWTee6hnb37Z_6Lkk/edit

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : **SEHAT PURNAMA**
NIM : 18 401 00073
Jenis Kelamin : Laki-laki
Anak Ke : 2 dari 2 bersaudara
Tempat/ Tanggal Lahir : Pasar XII, 01 Oktober 1999
Alamat : Dsn. Pasar XII, Desa. Aek batu, Kec. Torgamba,
Kab. Labuhanbatu Selatan
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

B. NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Suwanto
Nama Ibu : Phonia
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Pasar XII
No. Hp : 0852 7577 2134

C. PENDIDIKAN

Tahun 2007-2012 : SDN 18177 Cikampak II
Tahun 2012-2014 : MTs Khalid Bin Walid
Tahun 2014-2017 : SMK Swasta Budaya Cikampak
Tahun 2018-2022 : UIN Syahada Padangsidempuan
Motto Hidup : If There Are No People, Then Be One Of The
Good People

Lampiran 2. Tabulasi Angket**Keputusan (Y)**

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
2	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	46
3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	37
4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	33
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
8	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
9	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
10	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	39
11	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
12	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	34
13	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	44
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	3	4	5	4	4	3	2	40
16	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
17	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
18	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
19	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46
20	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
21	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
22	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
23	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	42
24	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	39
25	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	40
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
27	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
28	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
29	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	40
31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
32	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
33	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
34	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
35	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	45
36	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44
37	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
38	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37

39	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	44
40	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
41	5	4	5	2	2	5	5	4	4	4	40
42	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
43	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	44
44	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
45	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	45
46	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
47	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	43
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	40
49	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	45
50	4	4	5	3	3	5	5	4	5	4	42
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
54	5	4	4	2	2	5	5	4	4	4	39
55	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
56	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	39
57	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	38
58	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	38
59	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	41
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
64	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
67	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
68	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
69	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
70	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
71	5	3	5	4	2	5	5	5	5	5	44
72	3	4	4	2	2	4	4	4	3	4	34
73	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
74	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
75	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	34
76	5	2	4	4	4	5	5	4	4	4	41
77	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42

81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	45
83	5	3	5	2	3	5	4	4	4	4	39
84	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	37
85	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
88	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
89	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	45
90	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	45
91	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
93	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
94	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
99	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
100	4	4	5	3	1	5	3	4	3	4	36

Tabulasi Angket Persepsi Kemudahan (X1)									
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
1	4	4	4	4	5	3	4	4	32
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	5	5	4	4	3	33
4	4	5	3	4	4	4	4	3	31
5	5	4	4	5	5	4	5	4	36
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	5	5	4	5	4	38
8	4	3	4	4	4	4	4	4	31
9	4	4	4	4	5	4	5	4	34
10	4	4	4	5	5	5	4	4	35
11	4	4	4	5	3	4	5	5	34
12	4	4	4	4	4	4	4	3	31
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	3	2	4	5	4	5	2	29
16	4	4	4	4	4	4	5	4	33
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	5	5	1	4	4	5	4	32

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

62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	4	4	5	5	5	5	4	36
64	4	4	4	4	4	3	4	4	31
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	4	5	4	4	4	4	5	4	34
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	4	5	5	5	5	5	5	5	39
70	3	4	4	3	5	3	4	3	29
71	5	5	4	5	4	5	5	3	36
72	4	3	4	4	4	4	2	4	29
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	4	4	4	5	4	3	4	32
75	3	4	4	4	5	4	4	4	32
76	5	5	4	5	5	5	5	4	38
77	3	4	4	4	3	3	3	3	27
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	5	4	4	4	4	4	4	33
81	5	5	5	5	5	4	4	4	37
82	5	4	4	5	5	5	4	4	36
83	5	3	3	4	3	4	4	4	30
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	5	4	5	5	5	5	5	5	39
89	5	5	4	5	5	5	4	5	38
90	4	5	5	4	5	5	5	5	38
91	4	4	4	4	5	4	4	3	32
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	5	4	5	5	5	5	5	5	39
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	4	3	4	4	4	4	4	3	30
97	3	3	3	3	3	3	3	3	24
98	3	3	3	3	3	3	3	3	24
99	4	4	4	4	5	4	5	4	34
100	4	1	4	5	5	3	5	3	30

Tabulasi Angket Persepsi Manfaat (X2)											
No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
10	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
12	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	37
16	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
19	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
20	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	41
21	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
22	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	42
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	3	4	4	5	3	4	4	5	42
30	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
33	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	43
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
36	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
37	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	47
38	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
39	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
40	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44

41	5	5	2	4	4	5	5	4	4	4	42
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
48	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
54	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	37
58	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	46
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
69	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
70	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	36
71	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
72	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
73	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	36
74	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
75	4	5	2	3	3	4	4	3	3	4	35
76	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
77	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44

83	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
99	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
100	5	5	4	4	4	5	1	1	5	5	39

Tabulasi Angket Persepsi Kepercayaan (X3)

No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	3	4	4	30
5	5	4	4	5	5	5	5	5	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	3	4	4	4	4	34
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	4	4	4	2	5	5	33
11	5	5	5	5	5	4	5	5	39
12	4	4	3	2	2	3	3	3	24
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	4	1	3	3	4	3	26
16	4	4	4	5	5	4	5	5	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	5	4	4	5	5	5	36
20	4	4	4	4	3	4	4	4	31
21	4	4	4	3	3	3	3	3	27

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

64	3	3	3	3	3	3	4	4	26
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40
66	4	4	5	3	4	4	4	4	32
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	5	5	4	4	4	34
69	5	5	4	5	4	5	5	5	38
70	4	4	4	3	3	4	4	3	29
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	4	4	3	4	3	4	30
73	4	4	4	3	3	3	3	3	27
74	4	4	4	3	4	4	4	4	31
75	5	1	4	3	3	4	4	4	28
76	5	4	4	5	5	5	4	5	37
77	3	4	3	3	4	4	4	4	29
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	3	3	4	3	3	3	3	3	25
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	5	4	4	4	4	5	5	35
83	4	4	4	3	3	4	4	4	30
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	4	5	5	4	5	4	5	36
90	5	4	4	4	4	5	4	5	35
91	5	4	4	2	3	3	3	3	27
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	4	3	3	3	3	4	4	4	28
94	4	4	4	2	2	4	3	3	26
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	4	4	4	3	4	4	4	4	31
97	3	3	3	3	3	3	3	3	24
98	3	3	3	3	3	3	3	3	24
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	5	4	5	5	5	4	5	5	38

Lampiran 3. Statistik Frekuensi Karakteristik Responden**JENIS KELAMIN RESPONDEN**

No.	JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PERSENTASE
1	LAKI-LAKI	60	60%
2	PEREMPUAN	40	40%
	TOTAL	100	100%

No.	Pekerjaan		
	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	ASN/TNI/POLRI	4	4%
2	KARYAWAN	13	13%
3	MAHASISWA	44	44%
4	WIRASWASTA	3	3%
5	LAINNYA	36	36%
	TOTAL	100	100%

ALAMAT

No.	Jenis Kecamatan		
1	Padangsidempuan Utara	20	20%
2	Padangsidempuan Tenggara	50	50%
3	Padangsidempuan Selatan	19	19%
4	Padangsidempuan Batunadua	6	6%
5	Padangsidempuan Angkola Julu	4	4%
6	Padangsidempuan Hutaimbaru	1	1%
	TOTAL	100	100%

No.	Usia		
	Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
1	20	6	6%
2	21	6	6%
3	22	23	23%
4	23	11	11%
5	24	26	26%
6	25	9	9%
7	26	7	7%
8	27	5	5%
9	28	3	3%
10	29	2	2%
11	30	1	1%
12	39	1	1%
	Total	100	100%

Lampiran 4 . Jawaban responden berdasarkan Variabel

Jawaban Responden berdasarkan variabel Keputusan (Y)

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Setuju	5	316
Setuju	4	553
Kurang Setuju	3	111
Tidak Setuju	2	19
Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		1000

Jawaban Responden berdasarkan variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Sejutu	5	266
Setuju	4	462
Kurang Setuju	3	65
Tidak Setuju	2	5
Sangat Tidak Setuju	1	2
Jumlah		800

Jawaban Responden berdasarkan variabel Persepsi Manfaat (X2)

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Sejutu	5	259
Setuju	4	572
Kurang Setuju	3	64
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	2
Jumlah		1000

Jawaban Responden berdasarkan variabel Persepsi Kepercayaan (X3)

Keterangan	Nilai	Jumlah
Sangat Sejutu	5	208
Setuju	4	484
Kurang Setuju	3	101
Tidak Setuju	2	6
Sangat Tidak Setuju	1	2
Jumlah		800

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,611**	,512**	,665**	,662**	1	,677**	,532**	,576**	,634**	,597**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,737**	,617**	,455**	,670**	,677**	1	,385**	,466**	,644**	,669**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,458**	,403**	,490**	,588**	,532**	,385**	1	,728**	,492**	,385**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,514**	,436**	,555**	,636**	,576**	,466**	,728**	1	,536**	,518**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,664**	,591**	,621**	,835**	,634**	,644**	,492**	,536**	1	,695**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,626**	,575**	,493**	,723**	,597**	,669**	,385**	,518**	,695**	1	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,808**	,735**	,753**	,896**	,820**	,790**	,705**	,766**	,847**	,785**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Output Persepsi Kepercayaan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,496**	,599**	,450**	,463**	,512**	,553**	,524**	,703**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,496**	1	,531**	,434**	,442**	,443**	,445**	,348**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,599**	,531**	1	,521**	,581**	,599**	,504**	,480**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,450**	,434**	,521**	1	,834**	,695**	,672**	,769**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,463**	,442**	,581**	,834**	1	,625**	,741**	,753**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,512**	,443**	,599**	,695**	,625**	1	,624**	,659**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	,553**	,445**	,504**	,672**	,741**	,624**	1	,787**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	,524**	,348**	,480**	,769**	,753**	,659**	,787**	1	,847**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,703**	,641**	,744**	,871**	,872**	,815**	,838**	,847**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Output Keputusan (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total	
Y.1	Pearson Correlation	1	,393**	,507**	,364**	,282**	,558**	,635**	,529**	,520**	,360**	,737**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,393**	1	,345**	,266**	,180	,344**	,351**	,460**	,357**	,244*	,576**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,008	,073	,000	,000	,000	,000	,015	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,507**	,345**	1	,319**	,221*	,542**	,557**	,538**	,471**	,425**	,699**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,027	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,364**	,266**	,319**	1	,446**	,214*	,375**	,469**	,390**	,371**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,001		,000	,032	,000	,000	,000	,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,282**	,180	,221*	,446**	1	,109	,279**	,272**	,293**	,165	,530**
	Sig. (2-tailed)	,005	,073	,027	,000		,282	,005	,006	,003	,100	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	,558**	,344**	,542**	,214*	,109	1	,607**	,519**	,441**	,384**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,032	,282		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	,635**	,351**	,557**	,375**	,279**	,607**	1	,559**	,637**	,480**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,005	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	,529**	,460**	,538**	,469**	,272**	,519**	,559**	1	,654**	,499**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,006	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	,520**	,357**	,471**	,390**	,293**	,441**	,637**	,654**	1	,618**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	,360**	,244*	,425**	,371**	,165	,384**	,480**	,499**	,618**	1	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000	,015	,000	,000	,100	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,737**	,576**	,699**	,644**	,530**	,667**	,782**	,789**	,774**	,646**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 6. Uji Reabilitas

Output Persepsi Kemudahan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	29,65	10,250	,712	,836
X1.2	29,67	9,941	,525	,858
X1.3	29,64	10,273	,616	,844
X1.4	29,55	10,210	,567	,850
X1.5	29,40	10,465	,559	,851
X1.6	29,66	9,944	,759	,830
X1.7	29,55	10,250	,539	,853
X1.8	29,83	9,597	,667	,838

Output Persepsi Manfaat (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38,41	18,507	,759	,923
X2.2	38,33	18,971	,673	,928
X2.3	38,64	18,455	,685	,927
X2.4	38,58	18,004	,867	,918
X2.5	38,60	18,141	,769	,923

X2.6	38,42	18,610	,738	,924
X2.7	38,65	18,513	,623	,931
X2.8	38,67	18,183	,698	,927
X2.9	38,58	17,923	,803	,921
X2.10	38,59	18,871	,735	,925

Output Persepsi Kepercayaan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	28,64	13,970	,624	,910
X3.2	28,78	14,012	,539	,917
X3.3	28,69	13,731	,672	,907
X3.4	28,92	11,488	,804	,898
X3.5	28,88	12,268	,820	,894
X3.6	28,79	12,996	,752	,900
X3.7	28,73	13,229	,787	,898
X3.8	28,73	12,805	,792	,897

Output Keputusan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	37,26	16,255	,667	,840
Y.2	37,63	16,680	,457	,856
Y.3	37,27	16,462	,622	,843
Y.4	37,70	15,889	,523	,852
Y.5	37,90	16,253	,356	,875
Y.6	37,31	16,216	,570	,847
Y.7	37,24	16,103	,723	,836
Y.8	37,41	16,083	,732	,835
Y.9	37,55	15,664	,704	,835
Y.10	37,49	16,677	,558	,848

Lampiran 7. Uji Analisis Deskriptif Statistik

Uji Deskriptif

Statistics

		Y	X1	X2	X3
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		41.64	33.85	42.83	32.88
Median		41.50	33.00	42.00	32.00
Std. Deviation		4.442	3.600	4.750	4.105
Minimum		30	24	30	24
Maximum		50	40	50	40
Sum		4164	3385	4283	3288

Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,34903213
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,062
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,078 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,454
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,257	3,897
	X2	,267	3,747
	X3	,477	2,095

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			X1	X2	X3	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,848**	,694**	,021
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,837
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	,848**	1,000	,653**	,022
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,831
		N	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	,694**	,653**	1,000	-,028
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,782
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,021	,022	-,028	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,837	,831	,782	.	
	N	100	100	100	100	

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

Lampiran 9. Uji Hipotesis

Output Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,183	2,346		2,209	,030
	X1	,510	,131	,414	3,881	,000
	X2	,379	,098	,406	3,883	,000
	X3	,089	,085	,083	1,057	,293

a. Dependent Variable: Y

Output Uji Simultas (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1406,763	3	468,921	82,406	,000 ^b
	Residual	546,277	96	5,690		
	Total	1953,040	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Uji Koefisien Diterminasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,849 ^a	,720	,712	2,385	1,704

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 10. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linier Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,183	2,346		2,209	,030
	X1	,510	,131	,414	3,881	,000
	X2	,379	,098	,406	3,883	,000
	X3	,089	,085	,083	1,057	,293

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 11. Data Observasi Online

No Urut Responden	Pekerjaan	Usia	Tahun kelahiran	Generasi Milenial yang Berkelahiran tahun 1980 - 2000 ?	Apakah Saudara / i Pengguna Digital Banking ?	Apa jenis Digital Banking yang Saudara / i sering gunakan ?
Responden 1	Mahasiswa	27 Tahun	1991-1995	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking;Internet Banking
Responden 2	Karyawan	27 Tahun	1991-1995	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 3	Lainnya	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 4	Lainnya	26 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 5	Wirausaha	27 Tahun	1991-1995	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 6	Wirausaha	25 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 7	Lainnya	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet Banking
Responden 8	Lainnya	23 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 9	Karyawan	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS banking;Mobile Banking;Internet Banking
Responden 10	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 11	Karyawan	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 12	Lainnya	32 Tahun	1986-1990	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 13	Mahasiswa	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 14	Karyawan	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS banking;Mobile Banking;Internet Banking
Responden 15	Mahasiswa	25 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 16	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	
Responden 17	Karyawan	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 18	Lainnya	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 19	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 20	Wirausaha	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS banking;Mobile Banking;Internet Banking
Responden 21	Karyawan	26 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 22	Karyawan	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	SMS banking
Responden 23	ASN / TNI / Polri	27 Tahun	1991-1995	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS banking;Mobile Banking;Internet Banking
Responden 24	Lainnya	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 25	Lainnya	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking;Internet Banking
Responden 26	Mahasiswa	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS banking

Responden 27	Lainnya	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 28	Mahasiswa	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	SMS banking
Responden 29	Lainnya	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS banking;Mobile Banking
Responden 30	Lainnya	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 31	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 32	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 33	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 34	Mahasiswa	21 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 35	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking;SMS Banking
Responden 36	Lainnya	26 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking;SMS Banking
Responden 37	Mahasiswa; Lainnya	26 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 38	Karyawan swasta	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 39	Lainnya	25 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 40	Lainnya	26 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 41	Lainnya	28 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 42	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 43	Karyawan swasta	38 Tahun	1986-1990	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 44	Mahasiswa	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 45	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet banking;ATM;Mobile Banking;SMS Banking
Responden 46	Mahasiswa; Lainnya	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 47	Mahasiswa	27 Tahun	1991-1995	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 48	Mahasiswa	29 Tahun	1991-1995	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet Banking
Responden 49	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 50	Pegawai	30 Tahun	1986-1990	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet banking;ATM
Responden 51	Mahasiswa	24 tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 52	Pegawai	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 53	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking;ATM
Responden 54	Mahasiswa	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 55	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet banking
Responden 56	Mahasiswa	26 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 57	Mahasiswa	25 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 58	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 59	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking;ATM
Responden 60	Mahasiswa	20 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 61	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 62	Mahasiswa	24 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS Banking
Responden 63	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS Banking

Responden 64	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 65	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile banking
Responden 66	Mahasiswa	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 67	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 68	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 69	Mahasiswa	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 70	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 71	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 72	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 73	Mahasiswa; Lainnya	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 74	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	SMS Banking
Responden 75	Mahasiswa	24 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet banking;ATM;Mobile Banking
Responden 76	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 77	Mahasiswa	20 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 78	Mahasiswa	23 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 79	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 80	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;Mobile Banking
Responden 81	Lainnya	24 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	SMS Banking
Responden 82	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 83	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 84	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Internet banking;ATM;Mobile banking;SMS Banking
Responden 85	Mahasiswa	23 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 86	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 87	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 88	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 89	Mahasiswa; Lainnya	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	SMS Banking
Responden 90	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM;SMS Banking
Responden 91	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 92	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 93	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Tidak, Saya tidak Pengguna	ATM
Responden 94	Mahasiswa	22 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 95	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 96	Mahasiswa	23 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	Mobile Banking
Responden 97	Mahasiswa	21 Tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 98	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM
Responden 99	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	SMS Banking
Responden 100	Mahasiswa	22 tahun	1996-2000	Ya	Ya , Saya Pengguna	ATM

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473

Tabel r untuk df = 51-100

50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816	
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624	
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518	
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490	
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531	
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634	
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793	
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005	
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262	
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563	
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903	
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279	
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688	

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Tabel r untuk df = 51-100

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

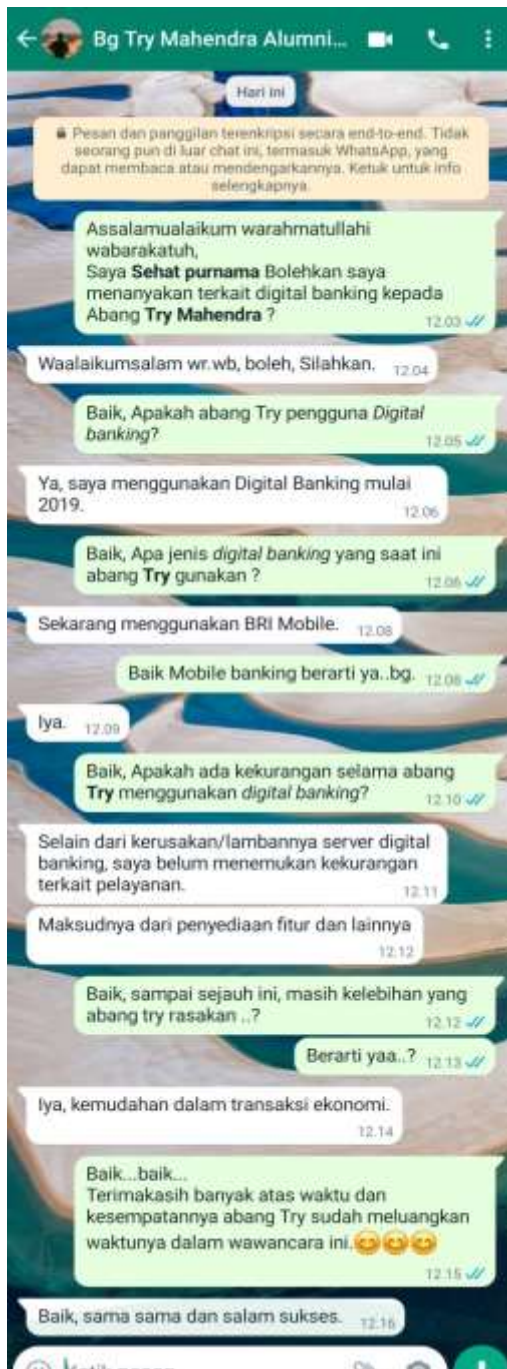
df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Lampiran 12 Dokumentasi

Gambar 1





Dokumentasi Angket Online

Gambar 2

The image shows two screenshots of online survey forms. The left screenshot is a desktop view of a survey introduction page titled "PENGANTAR ANGKET PENELITIAN SEHAT PURNAMA". It includes a header image of drinks, a title, a subtitle "Kepala TM: Saadatu/Saadiat Gerasah Miliadi", and a body of text explaining the research purpose and contact information. The right screenshot is a mobile view of a survey form titled "DETERMINAN KEPUTUSAN MELALAI MELINK BOTA PANGAS UDANGMUDA MEMERUKAN DIGITAL BANKING". It contains several input fields: "NISWA*", "DIA*", "JENIS KELAMIN*" with radio buttons for "LESLIAN" and "HETEROFILIA", "PENDUKUN*" with radio buttons for "ADAT/UMUM", "MUSLIM", "WISATAKOTA", "MAGISTER", and "LAINNYA", "KEMAJU*", "Nomor HP/WA*", and a "SIAPA MENYOLONGKAN DIGITAL BANKING*" section with a grid of circles for selection.

Link :

https://docs.google.com/forms/d/12Fgoj5MiO4Jh8jRmVGdxZN4tFVEx9o1P_Zk7cMGnXvQ/edit

atau

<https://forms.gle/zGy8LnHPDnnUaKaX9>

5. PETUNJUK PERIKSAAN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memilih huruf pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pertanyaan berhuruf kapital dan nomor urutnya. Jawaban hanya satu jawaban yang benar.

A. Benar
B. Salah
C. Kurang Benar
D. Tidak Benar
E. Sangat Tidak Benar

II. DAFTAR PERTANYAAN

4. Angket Karakter Eksplorasi Minimal Skala Pengembangan Digital Banking (1)

Kepercayaan digital banking hanya untuk orang-orang tertentu saja *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Manfaat utama bank menggunakan bank *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Digital banking menawarkan informasi kepada pengguna dengan mudah dan akurat *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Keuntungan utama bank digital banking yang digunakan pengguna adalah informasi yang akurat *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Pengguna yang menggunakan layanan bank digital banking sangat puas karena *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Bank digital banking memberikan manfaat bagi bank karena pengguna dapat berinteraksi *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Manfaat utama bank digital banking yang digunakan pengguna adalah informasi yang akurat *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Keuntungan utama bank digital banking yang digunakan pengguna adalah informasi yang akurat *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Keuntungan utama bank digital banking yang digunakan pengguna adalah informasi yang akurat *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Keuntungan utama bank digital banking yang digunakan pengguna adalah informasi yang akurat *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

II. Angket Variabel Persepsi Kemudahan (31)

Indikator (response)

Digital banking sangat mudah dipahami *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Mempelajari fitur-fitur baru bank *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Faktor apa saja yang mempengaruhi kemudahan *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Mudah dan cepat digunakan *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Ekstrem dengan menggunakan aplikasi *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Fitur digital banking sangat mudah dipahami *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Ekstrem dengan menggunakan aplikasi *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Ekstrem dengan menggunakan aplikasi *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

Tidak begitu terbiasa melakukan tugas digital banking *

Sangat Benar
 Benar
 Kurang Benar
 Tidak Benar
 Sangat Tidak Benar

K. Angket Variabel Persepsi Manfaat (20)

Indikator (responden)

Digital banking mempermudah melakukan transaksi keuangan *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Layanan digital banking dapat meningkatkan efisiensi *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Digital banking membuat saya lebih produktif *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Digital banking memudahkan saya mengatur keuangan *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Adaptasi dari digital banking sangat bermanfaat bagi saya *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Sangat membantu keuangan saya dalam bertransaksi *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Transaksi digital banking lebih cepat dan aman *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Jumlah transaksi yang dilakukan lebih banyak dengan digital banking *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Adaptasi layanan digital banking *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Manfaat pelayanan digital banking bagi saya *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

L. Angket Variabel Persepsi Kepuasan (23)

Indikator (responden)

Digital banking memberikan pelayanan terbaik *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Digital banking memberikan layanan sesuai harapan saya *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Digital banking memberikan nilai transaksi keuangan saya *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Transaksi melalui digital banking memberikan hasil transaksi yang terbaik *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Kualitas layanan digital banking *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Kepercayaan melalui digital banking membuat saya lebih percaya *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Memiliki kualitas layanan yang baik terhadap layanan keuangan saya *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

Respon layanan digital banking *

Sangat setuju
 Setuju
 Cukup setuju
 Tidak setuju
 Sangat Tidak setuju

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, S.Pd.,M.Si

NIDN : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota Padangsidempuan Menggunakan Digital Banking.

Yang disusun oleh:

Nama : Sehat Purnama

NIM : 18 401 00073

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1. Penambahan identitas responden
2. Coba ganti balasan saya di tiap pertanyaan angketnya
- 3.

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

Padangsidempuan, 28 September 2022



H. Ali Hardana, S.Pd.,M.Si

NIDN. 2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN MILENIAL MUSLIM MENGGUNAKAN
DIGITAL BANKING

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) 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
Pengenalan kebutuhan	1 dan 2	✓		
Pencarian informasi	3 dan 4	✓		
Penilaian alternatif	5 dan 6	✓		
Keputusan menggunakan	7 dan 8	✓		
Perilaku pasca penggunaan	9 dan 10	✓		

Catatan :

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

Padangsidempuan, 28 September 2022

Validator,



H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si

NIDN. 2013018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERSEPSI KEMUDAHAN**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) 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	1 dan 2	✓		✓
Mudah dipergunakan	3 dan 4	✓		
Tidak membutuhkan banyak usaha	5 dan 6	✓		
Mudah dipergunakan sesuai keinginan	7 dan 8	✓		

Catatan :

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

Padangsidempuan, 1 September 2022

Validator,



H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si

NIDN. 2013018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERSEPSI MANFAAT**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) 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
Bekerja lebih cepat	1 dan 2	✓		
Bermanfaat	3 dan 4	✓		
Meningkatkan produktivitas	5 dan 6	✓		
Memperkuat efektivitas	7 dan 8	✓		
Meningkatkan performa bekerja	9 dan 10	✓		✓

Catatan :

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

Padangsidempuan, 28 September 2022

Validator,



H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si

NIDN. 2013018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PERSEPSI KEPERCAYAAN**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) 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
Kenyamanan pelayanan terhadap nasabah.	1 dan 2	✓		
Kepedulian terhadap permasalahan nasabah	3 dan 4	✓		
Kreadibilitas pada penyelenggaraan mekanisme operasional.	5 dan 6	✓		
Keamanan system terhadap data nasabah.	7 dan 8	✓		

Catatan :

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

Padangsidempuan, 21 September 2022

Validator,



H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si

NIDN. 2013018301

PENGANTAR PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Generasi Milenial

ditempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Saudara/Saudari Generasi Milenial Muslim untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, yang di bawah ini :

Nama : Sehat Purnama

Nim : 1840100073

Program studi : Perbankan Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

Judul : **"Determinan Keputusan Milenial Muslim Kota
Padangsidempuan Menggunakan Digital Banking"**.

Atas kesediaan Saudara/Saudari meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, 22 September 2022

Hormat saya,



Sehat Purnama

NIM. 1840100073

**DETERMINAN KEPUTUSAN MILENIAL MUSLIM KOTA PADANG
SIDIMPUAN MENGGUNAKAN *DIGITAL BANKING***

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Usia :
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Pekerjaan : ASN/TNI/POLRI
 Karyawan
 Wiraswasta
 Mahasiswa
 Lainnya
Alamat :
Lama menggunakan
Digital banking : Bulan, Tahun

II. PETUNJUK PENGISIAN

Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda cek list (√) atau silang (x) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel Keputusan Milenial Muslim Menggunakan *Digital Banking* (Y)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Menggunakan <i>digital banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Karena sudah lama menggunakannya.					
3.	<i>Digital banking</i> memberikan informasi kepada pengguna dengan cepat dan akurat.					
4.	Setelah beberapa jenis <i>digital banking</i> yang digunakan, pengguna mencari informasi jenis lainnya.					
5.	Pengguna sering membandingkan kelebihan jenis <i>digital banking</i> dengan jenis lainnya.					
6.	Sangat cocok digunakan kebutuhan sehari-hari, daripada pelayanan secara langsung.					
7.	Karena mudah dan cepat membuat saya terus menggunakannya.					
8.	Merasa puas dengan pelayanannya					
9.	Membuat saya berkeinginan terus-menerus menggunakannya.					
10.	Mengajak milenial muslim untuk menggunakan <i>digital banking</i> .					

B. Angket Variabel Persepsi Kemudahan (X₁)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Digital banking</i> sangat efektif dipelajari.					
2.	Tidak harus kebank untuk mempelajarinya.					
3.	Praktis dan efisien mempelajari instruksinya.					
4.	Mudah dan simpel digunakan.					
5.	Cukup dengan genggamannya saja					
6.	Fitur <i>digital banking</i> familiar untuk dipakai.					
7.	Bisa digunakan setiap saat					
8.	Tidak begitu ditemukan kesulitan pada fitur <i>digital banking</i> .					

C. Angket Variabel Persepsi Manfaat (X₂)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Digital banking</i> mempercepat kebutuhan transaksi <i>financial</i>					

2.	Lebih efektif daripada harus mengantri di Bank					
3.	<i>Digital banking</i> membuat saya lebih produktif					
4.	<i>Digital banking</i> memudahkan setiap langkah pekerjaan saya					
5.	Kebanyakan fitur <i>digital banking</i> menjadi bermanfaat bagi saya					
6.	Setiap transaksi keuangan lebih mudah diselesaikan.					
7.	Transaksi <i>digital banking</i> tidak begitu sulit diimplementasikan					
8.	Langkah-langkah menjalankannya tidak begitu banyak kesulitan.					
9.	Tidak menghambat aktivitas sehari-hari.					
10.	Membuat performa lebih cepat dan aman					

D. Angket Variabel Persepsi Kepercayaan (X₃)

NO	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Digital banking</i> memberikan pelayanan terbaik.					
2.	<i>Digital banking</i> memberikan kepercayaan kepada saya.					
3.	<i>Digital banking</i> menjadikan solusi transaksi keuangan saya.					
4.	Transaksi melalui <i>digital banking</i> membebaskan dari tindakan kejahatan.					
5.	Kualitas keamanan lebih terjamin.					
6.	Bertransaksi melalui <i>digital banking</i> membuat saya lebih percaya.					
7.	Memiliki kualitas keamanan yang baik terhadap simpanan keuangan saya.					
8.	Terjamin keamanan data pribadi saya.					

Padangsidempuan,.....,.....2022
Responden

(.....)

