

**Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap  
Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1  
dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh

**AYU NAMORA SITORUS**

**1505036010**

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
TAHUN 2019**

**Dr. Ali Murtadho, M.Ag**

Alamat : Dusun Longok RT.4/RW.1 Donosari Patebon

**Setvo Budi Hartono, S.AB, M.Si**

Alamat : Jl Taman Srikatun No.27 RT.5/RW VII Kel Purwoyoso Kec.Ngaliyan

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 Eksemplar

Hal : NASKAH SKRIPSI

A.n. Sdri. AYU NAMORA SITORUS

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti, dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya,bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : AYU NAMORA SITORUS

Nim : 1505036010

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiaanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Semarang, 3 Mei 2019


Pembimbing 1



**Dr. Ali Murtadho, M.Ag**

NIP. 19710803 199803 1 003

Pembimbing 2



**Setvo Budi Hartono, S.AB, M.Si**

NIP. 19851106 201503 1 007



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/ Fax (024) 760792  
Semarang 50185

### PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN ONLINE BANKING PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

Penulis : Ayu Namora Sitorus  
NIM : 1505036010  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal:  
**18 Juli 2019**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 23 Juli 2019

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.  
NIP. 197108301998031003

Sekretaris Sidang

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 19730811 2000031002

Penguji Utama I

Heny Yuningrum, SE, M.Si  
NIP. 198106092007102005



Penguji Utama II

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.  
NIP. 197004101995031001

Pembimbing I

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.  
NIP. 197108301998031003

Pembimbing II

Setvo Budi Hartono, S.A.B. M.Si  
NIP. 198511062015031007

## MOTTO

...وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

*Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.” (QS. Al Baqarah: 216)*

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Sebaik – baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain  
(Nabi Muhammad)

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insya Allah memberikan syafa'at kepada umat Nabi Muhammad SAW yang beriman.

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selalu mendukung penulis sehingga skripsi ini bisa disusun sebagaimana mestinya.

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada Kedua orang tua tercinta. Teruntuk Mamak Suginem, terimakasih telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta selalu memberikan semangat, doa, dan segalanya kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Teruntuk Ayah L. Sitorus, terimakasih atas limpahan kasih sayang, selalu memberikan semangat, tidak pernah lelah untuk selalu menasehati saya di kala melakukan kesalahan ataupun tidak melakukan kesalahan dan terimakasih untuk segala usahanya baik secara materi maupun non materi. Semoga Allah senantiasa memberikan umur yang panjang, kesehatan, serta kemurahan rizqi untuk kedua orang tua tercinta.
2. Untuk kakak saya Juniati dan Julianingsih serta abang saya Agus Triono. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, terimakasih untuk semangat dan dorongannya selama ini. Semoga kita bisa terus saling mendukung dan membantu satu sama lain.
3. Untuk adik kandung saya, Oris Nauli Sitorus dan Astrid Anggia Sitorus. Terimakasih atas dukungannya selama ini. Semoga kelak menjadi anak yang bisa membahagiakan kedua orang tua.
4. Terimakasih untuk sahabat-sahabat saya Siti Khadijah, Nur Kholiyah, Tutik, Nurul Komariah, Thalia, Ani Fitriyah dan semua teman-teman yang tak dapat kusebutkan satu persatu terimakasih atas semua dukungan dan motivasinya.
5. Terimakasih untuk teman-teman PBAS-A 2015 dan keluarga besar perbankan syariah 2015. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.
6. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memotivasi saya dalam menyusun skripsi ini.

## DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau di terbitkan. Demikian skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi sebagai rujukan.

Semarang, 3 Mei 2019

Deklarator

Ayu Namora Sitorus  
NIM. 1505036010

## TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arab nya.

ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṯ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dewasa ini membuat berbagai elemen berlomba untuk turut andil dalam mengikuti arus teknologi tersebut. Pengaruh dari kemajuan sistem teknologi komunikasi sekarang ini terlihat dari mulai berkembangnya pengolahan data. Pengiriman data dari satu tempat ke tempat ke tempat lain kini terasa semakin mudah dengan menggunakan alat komunikasi. Dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong bank untuk mengikuti arus perubahan. Salah satu layanan yang dimiliki oleh perbankan yaitu online banking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, (2) pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, (3) pengaruh *Tingkat Kepercayaan* terhadap Penggunaan *E-banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif tipe penelitian survey dengan menggunakan data primer. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan pengukuran skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana dan parsial menggunakan SPSS 23 for windows dengan jumlah responden sebanyak 139 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan Online Banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 9,873 dengan nilai signifikansi (0,000) dengan nilai signifikansi kurang dari 0,005 ( $0,000 < 0,005$ )

**Kata Kunci:** Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Tingkat Kepercayaan, Penggunaan Online Banking



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Swt atas segala limpahan, rahmat, dan hidayah- Nya. Shalawat serta salam tidak lupa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita dari jaman jahiliyah menuju jaman islamiyah yaitu agama islam. Semoga kita semua mendapat pengakuan sebagai umat beliau dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti. Segenap rasa syukur dan kerendahan hati penulis mengucapkan Alhamdulillah telah terselesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang” dengan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag., selaku ketua jurusan program studi S1 Perbankan Syariah dan Heny Yuningrum, SE., M.Si., selaku sekretaris jurusan program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Ali Murtadho, M.Ag dan Setyo Budi Hartono, S.AB, M.Si Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar dan baik.
5. Segenap dosen UIN Walisongo Semarang beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melayani dan memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.
6. Orang tua penulis yang sudah memberikan semangat dan doa yang tak pernah berhenti.
7. Seluruh pihak yang telah membantu di dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan sesuatu yang lebih dibanding apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari

sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sangat dibutuhkan supaya penelitian yang akan datang bisa lebih baik lagi.

Semarang, 3 Mei 2019

Hormat Saya

Ayu Namora Sitorus

NIM. 1505036010

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI.....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB LATIN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Pembatasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Penelitian.....	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1. Deskripsi Teori.....	13
2.1.1. Pengertian Sistem Teknologi Informasi.....	13

2.1.2.	Pengertian Online Banking .....	14
2.1.3.	Online Banking dalam perspektif Islam .....	18
2.1.4.	Teori – teori tentang pengadopsian teknologi.....	24
2.1.5.	Penggunaan online banking .....	25
2.1.6.	Persepsi Kebermanfaatan.....	26
2.1.7.	Keamanan .....	28
2.1.8.	Kepercayaan.....	29
2.2.	Penelitian yang Relevan .....	29
2.3.	Kerangka Berfikir.....	31
2.3.1.	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i> .....	31
2.3.2.	Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i> .....	31
2.3.3.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan <i>Online Banking</i> .....	32
2.3.4.	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Online Banking</i> .....	32
2.4.	Paradigma Penelitian.....	33
2.5.	Hipotesis Penelitian.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1.	Jenis dan Lokasi Penelitian .....	35
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	35
3.1.2.	Lokasi Penelitian.....	35
3.2.	Populasi dan Sampel .....	35
3.3.	Instrumen Penelitian.....	38
3.3.1.	Penggunaan <i>Online Banking</i> .....	39
3.3.2.	Persepsi Kebermanfaatan.....	39
3.3.3.	Keamanan .....	39

3.3.4. Kepercayaan.....	39
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.5. Uji Coba Instrumen .....	42
3.5.1. Uji Validitas .....	42
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Deskripsi data.....	47
4.2. Analisis Data .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa Aktif.....	36
Tabel 3.2	Jumlah Sampel Berdasarkan Program Studi.....	38
Tabel 3.3	Skor Skala Likert.....	40
Tabel 3.4	Instrumen Penelitian Penggunaan Online Banking.....	40
Tabel 3.5	Instrumen Penelitian Persepsi Kebermanfaatan.....	40
Tabel 3.6	Instrumen Penelitian Keamanan.....	41
Tabel 3.6	Instrumen Penelitian Kepercayaan.....	41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2	Usia Responden.....	48
Tabel 4.3	Lama Penggunaan Online Banking Responden.....	48
Tabel 4.4	Jenis Online Banking yang Digunakan.....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Data.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kebermanfaatan ( $X_1$ ).....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Keamanan ( $X_2$ ).....	51
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepercayaan ( $X_3$ ).....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Online Banking ( $Y$ ).....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikoleniaritas.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4.15	Hasil Uji T.....	59
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kesadaran Pembayaran Awareness (E-Commerce Payment Awareness).....	3
Gambar 2.1 Skema Hubungan Antar Variabel.....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Grafik P-Plot.....	54
-------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel  $X_1$
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel  $X_2$
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel  $X_3$
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel  $X_1, X_2, X_3$  dan Y
- Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Multikoleniaritas
- Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatter Plot
- Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
- Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 13 Hasil Uji T
- Lampiran 14 Hasil Uji F

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dewasa ini membuat berbagai elemen berlomba untuk turut andil dalam mengikuti arus teknologi tersebut. Pengaruh dari kemajuan sistem teknologi komunikasi sekarang ini terlihat dari mulai berkembangnya pengolahan data. Pengiriman data dari satu tempat ke tempat ke tempat lain kini terasa semakin mudah dengan menggunakan alat komunikasi. Pentingnya sistem teknologi informasi pada saat ini tidak hanya untuk meningkatkan komunikasi, efisiensi, dan efektivitas, tetapi juga untuk kolaboratif dan kompetitif. Pengaruh dari perkembangan sistem teknologi informasi ini terlihat dari berbagai bidang, termasuk bidang perbankan. Dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi mendorong bank untuk mengikuti arus perubahan. Seperti slogannya yang aman dan terpercaya kini bank syariah terus mengembangkan layanan – layanannya dengan berbagai cara dan inovasi, namun bank syariah dapat memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu layanan yang dimiliki oleh perbankan yaitu online banking.

*Online banking* merupakan layanan transaksi perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah<sup>1</sup>. Beberapa layanan yang termasuk dalam *online banking* yaitu *Automatic Teller Machine (ATM)*. *Automatic Teller Machine (ATM)* atau dalam Bahasa Indonesia lebih dikenal sebagai anjungan tunai mandiri. Berkat semakin berkembangnya teknologi ATM nasabah dapat melakukan transaksi-transaksi baik finansial maupun non-finansial seperti cek saldo rekening, transfer uang antar rekening, penarikan tunai serta pembayaran tagihan tanpa harus datang ke kantor bank.

---

<sup>1</sup> Wanandi Yoso Hanur Cahyo, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” .Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014, h. 1

Selain ATM, *electronic banking* atau *e-banking* merupakan salah satu jasa *online banking* yang menyesuaikan perkembangan teknologi dengan gaya hidup nasabah masa kini yang lebih mengutamakan kemudahan dan ketepatan waktu. Beberapa layanan yang termasuk dalam *e-banking* yaitu *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *SMS Banking*, dan *Phone Banking*.

Layanan online banking adalah layanan dimana nasabah tidak harus datang ke kantor cabang untuk melakukan transaksi. Nasabah yang tidak melakukan transaksi secara langsung di kantor cabang dan tidak bertransaksi dengan teller maupun customer service membuat bank harus meyakinkan pihak perbankan dengan tingkat keamanan yang terjamin sehingga nasabah yang akan menggunakan layanan online banking memiliki kepercayaan sepenuhnya. Orang – orang dalam hal ini nasabah sangat mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online dan infrastruktur yang banyak mengandung unsur resiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan<sup>2</sup>. Karena itu, semakin nasabah percaya pada layanan *online banking* maka semakin sering nasabah akan menggunakannya, begitupula sebaliknya semakin nasabah kurang percaya pada layanan *online banking* maka nasabah semakin enggan menggunakannya.

Bank – bank komersial di Indonesia kini banyak menawarkan produk jasa salah meluas karena memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses – proses transaksi seperti transfer, penarikan dan pembayaran transaksi non tunai dalam artian transaksinya melalui perantara perangkat elektronik seperti ponsel atau tablet yang dilakukan melalui Internet Banking, sehingga dapat memudahkan penggunaannya serta mempercepat penyelesaian transaksi tersebut. Salah satu produk berbasis internet yang saat ini menjadi perhatian dikalangan perbankan dunia adalah *internet banking*<sup>3</sup>. *Internet Banking* dinilai memberikan solusi penghematan biaya operasional (cost effective) dalam penggunaannya dibandingkan dengan saluran penggunaan produk perbankan lainnya. Dikarenakan *internet banking* mampu mengurangi biaya

---

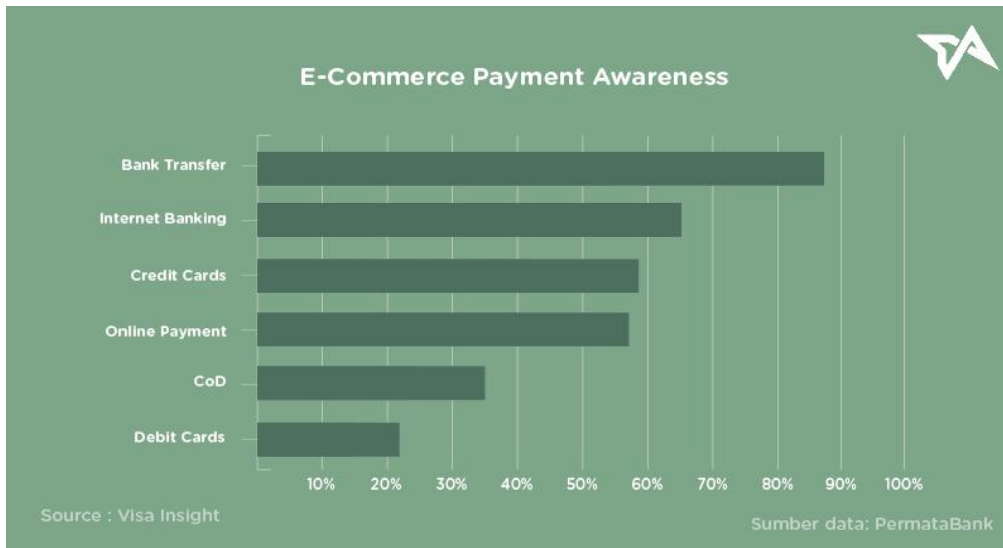
<sup>2</sup> Paul A Pavlou, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*, Vol 26 (September 2002)

<sup>3</sup> Chan S & M L, "Understanding Internet Banking Adoption and Use Behaviour" *Journal of Global Information Management* (2004)

transaksi ke titik terendah yaitu dapat menghemat 79% biaya dibandingkan dengan biaya transaksi perbankan yang lainnya<sup>4</sup>.

*Mobile banking* adalah tindakan melakukan transaksi keuangan online dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan non – keuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN dan permintaan buku cek<sup>5</sup>. Perkembangan teknologi juga menciptakan kemudahan bagi para nasabah dalam hal bertransaksi secara online dengan keamanan yang semakin terjaga. Dilansir dari id.techinasia.com CEO Bhineka.com, Hendrik Tio, pada tahun 2016 lalu mengatakan bahwa lima puluh persen total transaksi di Bhineka dibayar dengan offline. Pembayaran offline tersebut dibagi atas 30 persen cash on delivery dan 70 persen transfer rekening bank didukung oleh lebih dari 50.000 ATM yang tersebar di seluruh Indonesia, sehingga semakin memudahkan pembeli untuk melakukan proses pembayaran.

Gambar 1.1  
Kesadaran Pembayaran Awareness



Sumber

: id.techinasia.com

<sup>4</sup> A Sanusi, *Prospek Internet Banking di Era Millenium III* ,Jakarta: Majalah Bank dan Manajemen, 2000., h. 67.

<sup>5</sup> Dahlberg, T ., Mallat, N ., Ondrus, J ., & Zmijewska, , “Past, present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications* (2008), P.165 – 181

Walau masih menjadi metode pembayaran yang paling populer di Indonesia, transfer rekening bank memiliki beberapa tantangan tersendiri antara lain<sup>6</sup> :

- a. Isu keamanan – rekening penjual yang ditampilkan di internet dapat di salahgunakan.
- b. Menyulitkan pembeli atau para mahasiswa – konsumen atau mahasiswa harus melakukan konfirmasi pembayaran.
- c. Berpeluang terjadi human error – penjual harus melakukan pengecekan secara manual dalam proses transfer, konfirmasi, dan perhitungan nominal transfer.
- d. Pengiriman produk tertunda – konfirmasi pembayaran dari penjual sebagian besar hanya dilakukan pada saat jam kerja.

Untuk menghadapi berbagai tantangan ini, bank merancang sebuah cara untuk mempermudah transaksi yang bernama Virtual Account (VA). Solusi ini berguna untuk mempersingkat proses transaksi dengan menghilangkan proses konfirmasi manual antara penjual dan pembeli. Virtual account tidak hanya dapat dimanfaatkan oleh jual e-Commerce tapi juga dapat digunakan untuk pembayaran uang kuliah, sehingga proses pembayaran menjadi mudah dan singkat, tidak perlu mengantri panjang. Perkembangan teknologi sendiri telah mendorong mulai banyak digunakannya transaksi berbasis elektronik yaitu seperti komputer, telepon selular, dan sebagainya. Dengan adanya *online banking*, setiap proses transaksi dalam suatu perbankan dapat diatasi dan dilakukan dengan efektif dan efisien dimanapun dan kapanpun. Dengan berbagai fasilitas dan manfaat dari *online banking*, fasilitas ini belum sepenuhnya digunakan oleh nasabah dalam bertransaksi, masih banyak nasabah yang memilih melakukan transaksi secara konvensional yaitu bertransaksi langsung di kantor kas. Banyak di jumpai nasabah dalam hal ini mahasiswa malah lebih memilih melakukan kegiatan perbankan seperti transfer uang melalui Bank dengan mendatangi Kantor Banknya. Padahal sudah ada kemudahan online banking yang dapat menggantikan peran teller untuk mengirimkan sejumlah uang yang ingin di transfer.

---

<sup>6</sup>“Virtual Account Bank Permata, ”<https://www.google.com/amp/is/id.techinasia.com/virtual-account-bank-permata/amp/> ,diakses pada 7 Januari 2019

Perbankan syariah dalam hal ini belum memiliki akses virtual account sebagaimana yang sudah di terapkan di sejumlah bank konvensional, hal ini yang menjadi kekurangan dari sistem online banking di perbankan syariah. Virtual account semestinya bisa di terapkan di bank syariah sehingga dapat menambah kepercayaan nasabah untuk menggunakan layanan online banking agar terhindar dari kejahatan di dunia internet seperti hacker yang dapat mengakses informasi nasabah dan membobol rekening milik nasabah. Perbankan syariah sendiri memiliki layanan online banking yang terbilang aman, namun kejahatan di dunia maya kemungkinan masih dapat terjadi jika perbankan syariah tidak memperbarui sistem layanannya seperti mulai memberlakukan virtual account. Virtual Account adalah nomor identifikasi pelanggan customers yang di buka oleh bank atas permintaan perusahaan (baca : lembaga) untuk selanjutnya di berikan oleh perusahaan kepada pelanggannya sebagai nomer rekening tujuan penerimaan<sup>7</sup>.

Virtual Account itu sendiri berisikan nomor ID customer yang dibuat Bank (sesuai permintaan perusahaan) untuk melakukan transaksi. Setiap satu transaksi, customer akan mendapatkan satu nomor ID *Virtual Account* yang disebut *Virtual Account Number*. *Virtual Account Number* tersebut unik dan berbeda tiap customer. Jadi, ketika anda membayar tagihan melalui *Virtual Account* maka konfirmasi pembayaran akan berlangsung otomatis. DomaiNesia telah bekerja sama dengan berbagai bank konvensional maupun swasta seperti Bank BNI, BRI, BCA, Mandiri, Permata Bank, Hana Bank dan Maybank. Sehingga, anda tidak perlu susah- susah untuk mengirimkan bukti struk transfer. Lebih cepat, mudah, simpel dan efisien. Pihak bank dapat mengembangkan layanan berbasis *online* dengan menggunakan mahasiswa sebagai objek atau sasaran dalam pelaksanaan programnya. Mahasiswa dapat menjadi sasaran yang baik dan potensial dalam pengembangan layanan *online banking* apabila pihak bank mampu menyediakan berbagai layanan yang baik untuk memberikan kepercayaan serta daya tarik agar mahasiswa berminat untuk menggunakan layanan tersebut. Tidak dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan terutama *online banking* dalam hal ini

---

<sup>7</sup><https://www.bni.co.id/enus/business/businessbanking/service/cashmanagement/collectionmanagement/virtualaccount> diakses pada 6 januari 2019

termasuk mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang merupakan Fakultas yang terbentuk di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada 13 Desember 2013<sup>8</sup>. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki 1494 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam aktif (data tahun 2018) yang terdaftar dalam Sistem Informasi Akademik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memberikan fasilitas KTM (Kartu Tanda Mahasiswa) yang berfungsi sebagai kartu identitas mahasiswa dan juga memiliki fungsi tambahan yaitu dapat digunakan sebagai kartu ATM. Fasilitas ini diberikan untuk mempermudah mahasiswa dalam melakukan proses pembayaran kuliah tiap semester, penerimaan beasiswa, menyimpan tabungan pribadi, bisnis atau kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan mahasiswa itu sendiri. Meskipun banyak layanan yang telah ditawarkan pihak bank kepada nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan berbagai kemudahan dan kelebihan dalam melakukan transaksi, tetapi banyak pula mahasiswa yang lebih memilih untuk melakukan transaksi dengan langsung mendatangi kantor bank baik kantor cabang maupun kantor pusat bank yang bersangkutan. Nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang telah merasa nyaman dan terbiasa melakukan transaksi perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *online banking*. Hal ini menimbulkan sudut pandang yang berbeda dalam persepsi manfaat yang diterima nasabah melalui layanan *online banking*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *online banking* bermanfaat maka *online banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah menganggap *online banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *online banking* tersebut.

---

<sup>8</sup><http://www.febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/> (Diakses pada 6 januari 2019)

Keengganan nasabah dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang untuk menggunakan layanan *onlinebanking* tentunya dipengaruhi beberapa faktor salah satunya seperti kepercayaan atas tingkat keamanan layanan. Berbagai kasus yang terjadi pada layanan *online banking* seperti *card trapping* atau jebakan kartu. *Cardtrapping* menggunakan modus kartu ATM nasabah tersangkut di mesin ATM yang sudah direncanakan oleh pelaku dengan menggunakan lidi sehingga kartu ATM tersangkut dan tidak bisa keluar, kemudian pelaku menempelkan nomor telepon *customer service* palsu pada pintu ATM untuk memperdaya nasabah. Penipuan menggunakan rekening fiktif dan meminta sejumlah uang untuk ditransfer melalui pesan singkat atau SMS, pembobolan melalui skimming EDC (*Electronic Data Capture*), penipuan melalui *e-banking* dengan modus nasabah dinyatakan menang undian berhadiah dan kemudian nasabah tanpa sadar diminta registrasi *mobile banking* melalui mesin ATM dan kasus-kasus lainnya.<sup>9</sup>

Media yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi online banking cukup beragam seperti komputer, telepon selular, dan telepon rumah. Setiap media memiliki karakteristik yang berbeda – beda dalam menjalankan kebutuhan nasabah. Prosedur yang ada serta kecakapan dari nasabah dalam memahami prosedur dan cara nasabah bertransaksi juga dapat mempengaruhi penggunaan online banking itu sendiri. Dari beberapa alasan tersebut tentunya mahasiswa memiliki kriteria yang dijadikan pertimbangan dalam memilih layanan perbankan yang akan digunakan. Kriteria ini pun tidak lepas dari besarnya manfaat layanan yang dapat dirasakan oleh nasabah. Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan *online* atas dasar penerimaan nasabah terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Untuk mengetahui minat nasabah terhadap penggunaan *internet banking* dalam bertransaksi maka dilakukan penelitian dengan menggunakan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) atau biasa disebut dengan model TAM dengan persepsi kemudahan dan kegunaan/manfaat. Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang dianggap sangat

---

<sup>9</sup> Reipita Sari “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Bankig Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2013.



berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan system informasi adalah model penerimaan teknologi informasi *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*)<sup>10</sup>. Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Dalam suatu sistem informasi, aspek keamanan sangat penting. Hal yang menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan yaitu terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik<sup>11</sup>, maka dari itu keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.

Layanan *online banking* adalah layanan yang diakses jarak jauh, nasabah tidak lagi dilayani oleh *teller* ataupun *customer services* dalam Wanandi Yoso Cahyo (2014)<sup>12</sup>. Dalam akses jarak jauh tentunya nasabah membutuhkan rasa percaya. Kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya dalam Reipita Sari (2013)<sup>13</sup>. Orang-orang sangat mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi *online* dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita

---

<sup>10</sup> J Hartono, *Metodologi Penelitian Bisnis. Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta:BPFE,2007 h. 45.

<sup>11</sup> Adisasmita,Rahardjo, *Dasar – dasar Ekonomi Wilayah*. Jakarta: Graha Ilmu, 2005 h.2.

<sup>12</sup> Wanandi Yoso Hanur Cahyo, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” .Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014,

<sup>13</sup> Reipita Sari “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Bankig Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” (Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2013)

kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan<sup>14</sup>. Karena itu, semakin nasabah percaya pada layanan *online banking* maka semakin sering nasabah akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya semakin nasabah kurang percaya pada layanan *online banking* maka nasabah semakin enggan menggunakannya. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada *online banking* disuatu bank, maka bank perlu mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *online banking*. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti membahas permasalahan tersebut dengan judul penelitian: **“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang”**

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang telah merasa nyaman dalam melakukan transaksi pada layanan perbankan secara konvensional sehingga belum mengetahui manfaat dari layanan *online banking*.
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang masih ragu menggunakan *online banking* karena tingkat keamanan pada layanan *online banking* kurang terjamin dengan adanya beberapa kasus penipuan yang terjadi.
3. Masih ada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang enggan menggunakan layanan *online banking* dengan beberapa alasan, salah satunya kepercayaan akan keamanan dalam penggunaan *online banking*.

## 1.3. Pembatasan Masalah

---

<sup>14</sup> Paul A Pavlou, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology”. Vol 26 No 3 (September 2002)

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang fokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil penelitian, maka penelitian ini dititik beratkan kepada Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

#### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?
2. Bagaimana pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?
3. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Mengetahui pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3. Mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Mengetahui pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan secara bersama-sama terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

#### 1.6. Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Secara Teoritis

Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pengembangan teori mengenai Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Yang Dimiliki Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

##### 2. Manfaat Secara Praktis

###### a. Bagi Peneliti Lain

Untuk melatih berpikir secara ilmiah yang didapat di bangku kuliah terhadap masalah-masalah yang terjadi di dunia perbankan khususnya dalam penggunaan jasa dari bank salah satunya yaitu *Online Banking*, serta penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian – penelitian selanjutnya yang relevan.

###### b. Bagi Manajer Bank

Untuk membantu pihak bank mengetahui karakteristik yang mempengaruhi penggunaan layanan *online banking* oleh nasabah, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan kinerja bank, mengembangkan rencana strategis dan meningkatkan pangsa pasar.

###### c. Bagi Penulis

Sebagai tolak ukur daya serap mahasiswa dalam hal Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Yang Dimiliki

Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Deskripsi Teori

##### 2.1.1. Pengertian Sistem Teknologi Informasi

Menurut kamus Oxford (1995), Teknologi informasi adalah studi penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer, untuk menyimpan, menganalisa dan mendistribusikan apa saja termasuk kata – kata, bilangan dan gambar. Menurut Alter (1992) Teknologi informasi mencakup perangkat keras, perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentransmisikan, menyimpan, mengambil dan memanipulasi atau menampilkan data. Luccas (2000) menyatakan bahwa teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronis. Sistem menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.

Pada awalnya sistem teknologi informasi dikenal dengan istilah sistem informasi manajemen. Sistem informasi manajemen (*management information system*) merupakan sistem-sistem informasi fungsional, yaitu sistem-sistem yang diterapkan di fungsi-fungsi organisasi<sup>15</sup>. Sistem merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan dan saling bekerjasama untuk mencapai beberapa tujuan. Teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi<sup>16</sup>. Menurut Martin (1999), teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras atau lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Menurut Williams dan Swayer (2003), teknologi informasi adalah teknologi yang menghubungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video.

---

<sup>15</sup> Jogiyanto, *Sistem Teknologi Informasi*, Yogyakarta : Andi, 2005, h.2.

<sup>16</sup> Abdusy Syarif, *Riset Teknologi Informasi Pusat Pengembangan Bahan Ajar*, Jakarta : UMB, 2010, hal.1.

Nasabah selaku pengguna jasa *online banking*, maka akan berhubungan langsung dengan *online banking* yang merupakan salah satu penerapan sistem teknologi informasi. Sistem teknologi informasi akan berhasil beroperasi jika dipengaruhi dengan berbagai faktor positif dari penggunanya. Persepsi pengguna sistem yang terlibat dalam implementasi akan berpengaruh terhadap akhir suatu sistem, apakah sistem tersebut dapat diterima atau tidak oleh pengguna. Berdasarkan uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa interaksi antara pengguna dengan sistem informasi yang digunakan sangat dipengaruhi oleh persepsi yang melekat pada diri manusia sebagai pengguna. Penerapan sistem informasi tidak bisa terlepas dari aspek perilaku karena pengembangan sistem informasi terkait dengan masalah individu dan organisasional pengguna sistem tersebut, sehingga sistem yang digunakan harus berorientasi kepada penggunanya<sup>17</sup>.

#### 2.1.2. Pengertian Online Banking

*Online banking* adalah sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi<sup>18</sup>. *Online banking* sebagai beberapa aktivitas perbankan yang memungkinkan nasabah dari bank yang bersangkutan untuk dapat mengakses informasi yang tersedia mengenai laporan saldo, transfer, pembayaran tagihan dan lain-lain via jaringan telekomunikasi tanpa perlu meninggalkan rumah atau kantor mereka. *Online banking* menyediakan informasi mengenai produk dan layanan, akses ke data deposit akun, pengiriman produk dan layanan secara elektronik, menggunakan jaringan (*networks*) atau teknologi komunikasi yang menciptakan nilai digital<sup>19</sup>.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai *online banking* di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *online banking* adalah aktivitas perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, kantor atau di lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti

---

<sup>17</sup> Fahmi N. Nasution. "Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect)" Diambil dari <http://digilib.usu.ac.id/download/fe/akuntansi-fahmi2.pdf>, pada tanggal 5 januari 2019.

<sup>18</sup> Pikkarainen. T., Pikkarainen, K. Karjalainen H., Pahlila, S, "Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model Internet Research" Vol 14 No. 3 (2004) p.204

<sup>19</sup> Mukhrejee, A & Nath, P. "A Model of Trust in Online Relationship Banking. International Journal of Bank Marketing. Vol 21 No.1 (2004) p.5

komputer, telepon seluler dan telepon rumah dalam Wanandi Yoso Hanur cahyo<sup>20</sup>. Dengan dikembangkannya *online banking* ini diharapkan nasabah bisa melakukan transaksi-transaksi perbankan tanpa perlu mendatangi kantor bank secara langsung, cukup melalui mesin ATM pada lokasi-lokasi tertentu, mengunjungi situs tertentu yang telah disediakan oleh bank yang bersangkutan atau melalui telepon baik telepon seluler maupun telepon rumah. Layanan *online banking* terdiri atas dua tipe layanan yaitu:

1. *Automatic Teller Machine (ATM)*

Menurut Allen H. Lipis (1992) dalam Wati Aris Astuti (2011), *Automatic Teller Machine (ATM)* yang di Indonesia juga dikenal dengan sebutan Anjungan Tunai Mandiri merupakan alat kasir otomatis tanpa orang, ditempatkan di dalam atau di luar perkarangan bank, yang sanggup untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani transaksi-transaksi perbankan yang rutin. ATM merupakan perangkat yang mampu menggantikan sebagian besar fungsi tugas dari seorang *teller* dalam melaksanakan pelayanan bank tanpa dibatasi oleh waktu operasional bank tersebut.

2. *Electronic Banking (E-banking)*

E-banking merupakan salah satu bisnis yang paling sukses secara online. Dengannya para nasabah diperbolehkan untuk mengakses nomer rekening dan memberikan perintah melalui cara yang sederhana menggunakan situs internet. Tidak ada perangkat lunak khusus yang digunakan selain situs (web-browser) dan banyak bank tidak membebani biaya dalam layanan ini. Beberapa bank bahkan menurunkan biaya untuk transaksi secara online ini jika dibandingkan dengan transaksi perbankan biasa. E-banking menghemat uang dan waktu baik pribadi maupun perusahaan<sup>21</sup>.

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang menggunakan media elektronik sebagai perantaranya. Tujuan dari *ebanking* adalah sebagai

---

<sup>20</sup>Wanandi Yoso Hanur Cahyo, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" .Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014

<sup>21</sup> Mohd Ma'sum Billah, *Islamic E-Commerce Terapan*, Malaysia: Sweet & Maxwell Asia, 2010, h.135



sarana penyediaan *multi channel* dan juga dapat menghemat biaya transaksi bank, nasabah lebih bebas, mudah, dan memberikan keamanan 24 jam sehari dimanapun nasabah berada. Layanan *e-banking* meliputi *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *SMS Banking* dan *Phone Banking*<sup>22</sup>

1. *Internet Banking*

Layanan *internet banking*, memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan via web tersebut. Web yang hanya dapat digunakan untuk mengakses informasi tertentu mengenai bank yang bersangkutan tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi tidak termasuk dalam kategori *internet banking*<sup>23</sup>.

2. *Mobile Banking*

Pengertian *mobile banking* menurut Riswandi Budi Agus (2005,83) *mobile banking* suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada *handphone*<sup>24</sup>. Dengan adanya *handphone* dan layanan online banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* sehingga nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan zaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan

---

<sup>22</sup><http://www.bi.go.id/> diakses tanggal 8 Januari 2019

<sup>23</sup> Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjalainen H., & Pahlila, S. "Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*" Vol. 14 No. 3 (2004) p.224 – 235

<sup>24</sup> Budi Agus Riswandi, "Aspek Hukum Internet Banking". (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005)

juga lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain – lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai – ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

*Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*<sup>25</sup>. *Mobile banking* menyediakan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, yaitu transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, *handphone*, asuransi), pembelian pulsa (pulsa isi ulang, saham), kecuali penarikan tunai. Dengan adanya *mobile banking*, pihak perbankan berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Nasabah yang telah memiliki layanan *mobile banking* tentu saja tidak perlu pergi ke ATM atau kantor cabang bank karena dengan *mobile banking* nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

### 3. SMS Banking

*Short Message Service Banking* (SMS Banking) memiliki pengertian dan fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*. Hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia dan SIM card, sedangkan *SMS banking* menggunakan media *SMS Plain* (SMS manual) untuk mengakses layanan. Pada dasarnya SMS merupakan pesan tertulis yang dapat diterima dan dikirim ke pengguna *handphone*. Dengan adanya kerja sama antara bank dan

---

<sup>25</sup> Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 62 (September, 2018), h. 84

operator selular serta nasabah maka transaksi perbankan via SMS *banking* dan *mobile banking* dapat dilakukan dengan mudah. Nasabah bisa mengirimkan SMS dengan format tertentu sesuai dengan transaksi yang ingin dilakukan ke nomor layanan yang telah disediakan oleh bank yang bersangkutan. Transaksi tersebut kemudian akan dikonfirmasi oleh pihak bank dan SMS jawaban dikirimkan ke nasabah untuk ditindak lanjuti. Setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah akan dikonfirmasi dan dicatat oleh pihak bank pada jam, hari, tanggal dan tahun terjadinya transaksi<sup>26</sup>.

#### 4. *Phone Banking*

Layanan *phone banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan layanan perbankan *noncash* melalui telepon. Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penjawab telepon otomatis dengan sistem *keypad response*. Biasanya nasabah juga dapat berbicara langsung dengan *customer representative* untuk mengajukan pertanyaan, keluhan atau bantuan secara pribadi. Saat ini hampir semua bank berusaha menyediakan layanan *customer representative phonebanking* 24 jam sehari 7 hari seminggu untuk menjamin kepuasan pelanggan dalam mengakses informasi dan transaksi perbankan. Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi finansial dan nonfinansial ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)), antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (*Personal Identifying Number*).

#### 2.1.3. Online Banking dalam perspektif Islam

Ada dua bentuk pelayanan online, personal dan bisnis. Setiap muslim yang mempraktekkan ketetapan dan aturan Islam memahami bahwa setiap amal yang dilakukan tidak hanya memberi keuntungan pribadi tetapi juga keuntungan

---

<sup>26</sup>Irmadhani. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Effacacy Terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Skripsi Gelar Sarjana Ekonomi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2012, t.d.

publik.Keuntungan publik punya signifikansi dan nilai tinggi dari pada manfaat pribadi. Penggunaan Internet haruslah untuk tujuan kebajikan (manfaat). Membuka situs internet dan pelayanan – pelayanan lain yang disediakan oleh teknologi ini harus dilakukan dengan cara yang baik. Internet harus dipakai untuk tujuan dakwah dan membawa umat islam semakin dekat satu dengan lainnya<sup>27</sup>. Namun, teknologi dan penggunaannya dalam transaksi bisnis harus seperti itu bahwa ibadah – ibadah setiap hari dan tanggung jawab – tanggung jawab penting lainnya tidak dilalaikan sebagaimana disinggung oleh ayat berikut.

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ  
يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya : Laki – laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sholat, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi guncang.

Dr Yusuf al – Qaradawi menulis, “Jihad dapat dilakukan dengan pulpen dan lidah sebagaimana itu dapat dilakukan dengan pedang dan tombak. Jihad dalam Islam tidak hanya terbatas pada usaha – usaha militer saja; ia melampaui hal yang lebih jauh, termasuk beberapa cara lain di mana seorang Muslim perlu mendayagunakan lebih banyak hal lagi dari sebelumnya.<sup>28</sup> Jadi, pemakaian bisnis secara online dapat dimanipulasi sebagai salah satu cara untuk menjalankan jihad dalam bentuk modern. Situs online baik untuk keperluan personal atau bisnis sangat dianjurkan karena itu merupakan sarana dan kesempatan bagi seorang Muslim untuk menciptakan bisnis, dimana ia akan memberikan umpan balik berupa kesejahteraan dan perbaikan dalam gaya hidup mereka<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Mohd Ma’sum Billah, “Islamic E-Commerce Terapan” (Malaysia: Sweet & Maxwell Asia. 2010) h.145

<sup>28</sup>Yusuf al-Qaradawi, Fiqh Zakat, bagian 2, Ed.5, al-Risalah, (1981), hal. 666-669, <http://soundvision.com/about/whatYouCanDo.asp>

<sup>29</sup> Mohd Ma’sum Billah, “Islamic E-Commerce Terapan” (Malaysia: Sweet & Maxwell Asia. 2010) h.149

Pada sisi lain, banyak kegiatan Internet yang dilarang yang harus dihindari oleh Muslim seperti berselancar pada situs – situs porno dan situs – situs negatif yang secara jelas tidak bermoral dan tidak etis. Hal ini disebut di dalam Al-Quran berulang – ulang bahwa Muslim, tidak saja harus menutup aurat, tetapi juga harus melindungi pandangan mereka dari memandangi aurat orang lain juga yang mustahil dapat kita lindungi jika berselancar pada situs – situs pornografi. Hikmah di balik larangan ini adalah untuk membiasakan kesucian, kejernihan jiwa, punya perhatian positif dan amalan – amalan baik lainnya bagi Muslim. Muslim, baik laki - laki atau perempuan, diperintahkan untuk menundukan pandangan mereka jika berhadapan dengan hal – hal terlarang, seperti aurat lawan jenis. Pemandangan seperti itu disitus internet hanya akan menyebabkan bahaya bagi jiwa manusia. Yang demikian akan memanjakan perilaku eksternal mereka dan begitu juga dengan keimanan dan keyakinannya. Tidak saja melihat bahkan menggambarkan bagian dari tubuh lawan jenis juga tidak diperbolehkan karena hal itu akan menggiring ke arah mengkhayalkan orang tersebut.

1. Analisis dari aspek akad

Pelaksanaan Internet banking tidak terlepas dari rukun akad dan syarat perjanjian yang mana harus dilakukan dan disetujui oleh kedua belah pihak.

1. Rukun perjanjian, antara lain

Akad perjanjian yang dibuat secara lisan maupun tertulis harus memenuhi rukun perjanjian, antara lain :

- a. Ijab Kabul
- b. Subyek akad
- c. Obyek akad
- d. Tujuan akad

Ijab kabul dapat diartikan sebagai pernyataan untuk mengingatkan diri atau (sighat Al Aqad). Sighat Al Aqad merupakan aspek terpenting dalam kedua akad karena dari inilah akan dapat diketahui maksud dari setiap pihak yang melakukan, terdapat perbedaan pendapat mengenai ijab kabul, yaitu:

1. Menurut Syafi'iyah Yaitu ijab kabul harus lah diucapkan dengan ucapan.

## 2. Menurut Jumhur Ulama

Yaitu bahwa dalam akad tidak selamanya harus dengan ucapan, namun dapat juga dilakukan dengan tulisan, isyarat dan perbuatan. Memperhatikan pendapat diatas, bahwa ijab dan kabul dalam praktik pelaksanaan internet banking di, lebih cenderung kepada pendapat jumhur ulama yang tidak mensyaratkan adanya ucapan, yakni dilakukan dengan tulisan, ijab apabila surat/tulisan dari pihak pertama telah diterima oleh pihak kedua, dan kabul telah terjadi apabila pihak kedua memberikan persetujuan dengan surat/tulisan<sup>30</sup>

### b. Syarat – syarat akad, antara lain :

1. Tidak boleh menyalahi hukum syariah yang telah disepakati, artinya bahwa perbuatan itu tidak bertentangan dengan hukum terutama hukum syariah.
2. Masing – masing pihak harus rela menerima isi dari akad perjanjian.
3. Harus jelas dan hamblang, artinya bahwa isi dari perjanjian tersebut haruslah jelas sehingga tidak menimbulkan kesalah pahaman dari masing – masing pihak yang bersangkutan<sup>31</sup> Transaksi perbankan melalui Internet Banking termasuk suatu hal yang baru dalam dunia Islam, sehingga belum ada ketentuan khusus yang mengaturnya. Penulis melihat dari segi terpenuhinya rukun dan syarat akad. Transaksi perbankan melalui Internet Banking termasuk suatu hal yang baru dalam dunia Islam penulis melihat dari segi terpenuhinya rukun dan syarat akad, sehingga akad (perjanjian) Internet Banking adalah akad yang sah. Suatu akad dinamakan akad yang sah apabila terjadi daripada orang – orang yang berekecakapan, obyeknya dapat menerima hukum akad dan pada akad itu tidak terdapat hal – hal yang menjadikannya dilarang syara’ ditinjau dari rukun – rukunnya maupun pelaksanaannya.

---

<sup>30</sup> Ahmad Ashar (eds) *Asas – asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta : UII Press, 1978, h. 68 – 70.

<sup>31</sup> Choiruman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Jakarta : Sinar Grafika, 1996 h. 2

Sedangkan jika ditinjau dari mekanisme transaksi Internet Banking melibatkan pihak nasabah, pihak bank, dan pihak operator telepon seluler, dimana pihak nasabah memberikan leluasa kepada pihak bank untuk melakukan suatu transaksi keuangan tertentu atas perintahnya atau dengan ijinnya dengan melalui perantara operator telepon. Maka berdasarkan tujuan akad, transaksi Internet Banking disebut akad pelepasan (intilaq), yaitu suatu akad yang bertujuan melepaskan kekuasaan untuk melakukan suatu perbuatan kepada orang lain, seperti orang memberi kuasa kepada seseorang untuk bertindak atas nama orang yang mewakilkan. Internet Banking dapat disebut akad pelepasan hak tanpa atau dengan ganti rugi (isqoth).

## 2. Analisis dari Aspek Masalah

Dalam penelitian terhadap Internet Banking ini, aspek masalah yang penulis gunakan termasuk pada jenis Masalah al Mursalah, yaitu kemaslahatan yang keberadaan tidak didukung oleh syara' dan tidak pula dibatalkan/ditolak syara' atau nash yang rinci, tetapi didukung oleh sekumpulan nash (ayat atau hadits), terhadap suatu hal yang baru yang belum ada ketentuannya dalam Hukum Islam<sup>32</sup>. Keberadaan Internet Banking adalah telah memenuhi syarat – syarat Masalah Mur salah, antara lain :

1. Kemaslahatan itu sejalan dengan kehendak syara' dan termasuk kedalam jenis kemaslahatan yang didukung nash secara umum.
2. Kemaslahatan itu bersifat rasional dan pasti, bukan sekedar perkataan sehingga hukum yang ditetapkan melalui masalah al mursalah itu benar – benar menghasilkan manfaat dan menghindari atau menolak kemudharatan.
3. Kemaslahatan itu menyangkut kepentingan orang banyak, bukan kepentingan pribadi atau kelompok kecil tertentu.

---

<sup>32</sup> Ahmad Ashar (eds). *Asas – asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam, Yogyakarta : UII Press, 1978, h. 86*

Transaksi Internet banking termasuk hal yang baru dalam bidang muamalah, hukum muamalah Islam mempunyai prinsip – prinsip yang dapat sebagai berikut :

- a. Pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah, kecuali yang ditentukan lain oleh Al – Quran dan Sunnah Rasul<sup>33</sup>.

Prinsip pertama mengandung arti bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas terhadap perkembangan bentuk dan macam mu'amalat baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat.

1. Muamalat dilakukan atas dasar suka – rela, tanpa mengandung unsur paksaan.

Prinsip kedua memperingatkan agar kebebasan berkehendak pihak – pihak bersangkutan harus selalu diperhatikan.

2. Muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan mudhorat dalam hidup masyarakat.

Prinsip ketiga memperhatikan bahwa sesuatu bentuk muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan mudharat, dengan demikian segala bentuk mu'amalat yang merusak kehidupan masyarakat tidak dibenarkan. Muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghilangkan unsur – unsur Nabi Muhammad secara eksplisit menetapkan dalam sabda beliau: “Kamu lebih tahu tentang urusan duniamu”. Berdasarkan hadits tersebut, terlihat bahwa Nabi SAW cenderung tidak terlalu banyak memberi patokan secara rinci dan detail mengenai urusan keduniaan. Oleh sebab itu sejauh tidak menyangkut etika, beliau lebih banyak menyerahkan kepada masyarakat sesuai dengan kemasahatan

---

<sup>33</sup> <https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>



mereka.<sup>34</sup> Berdasarkan uraian diatas, maka Internet Banking sangatlah besar manfaatnya khususnya dalam transaksi perbankan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat terutama adalah para nasabah juga akan terjamin keamanannya, sehingga apa yang menjadi tujuan syara telah tercapai. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa modernisasi dalam arti meliputi segala macam bentuk muamalah (termasuk berbagai macam transaksi perbankan, termasuk Internet Banking, adalah di izinkan atau diperbolehkan dalam syarat Islam, selama tidak bertentangan dengan prinsip dan jiwa syariah Islam itu sendiri.

#### 2.1.4. Teori – teori tentang pengadopsian teknologi

TAM (*Technology Acceptance Model*) diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989). TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utamayaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan). *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan) mempengaruhi *Attitude Toward Using* individu terhadap penggunaan teknologi. Peningkatan pada *Perceived Ease of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah sistem yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan keefektifan kinerja. *Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Behavioral Intention to Use* adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi dapat dilihat dari sikap pengguna terhadap teknologi tersebut seperti motivasi untuk tetap menggunakan serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.

---

<sup>34</sup> Sayyid Sabid, *Fiqih Sunnah*. Jakarta : Balai Pustaka, 1978, h.12 - 13

*Actual System Usage* adalah kondisi nyata penggunaansistem yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi<sup>35</sup>. TAM adalah salah satu model perilaku pemanfaatan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi manajemen. Model ini menyediakan dasar teori untuk menelusuri faktor yang menjelaskan pemakaian *software* dan menghubungkannya dengan kinerja pemakai. TAM berfokus pada sikap terhadap pemakaian teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan kemudahan dalam pemakaian teknologi informasi. TAM merupakan satu diantara banyak model penelitian yang berpengaruh dalam studi determinan akseptasi teknologi informasi. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakaian yang berdasarkan persepsi terhadap kemudahan penggunaan manfaat teknologi informasi. Implikasi akseptasi dapat dipelajari dengan menguji hubungan antara akseptasi teknologi informasi dan dampaknya kepada pemakai individual. Tujuan dari TAM adalah untuk meneruskan pengukuran yang lebih baik dalam memprediksikan dan menjelaskan penggunaan. Fokus penelitian pada konstruk teoritis, Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, yang diteorikan sebagai faktor fundamental atas penggunaan sistem.

#### 2.1.5. Penggunaan online banking

*Online Banking* diciptakan untuk memberikan keuntungan bagi pihak nasabah maupun bank. Alasan beberapa bank berinvestasi pada sistem informasi seperti *online banking* karena dapat menghemat biaya, meningkatkan kualitas produk dan jasa, dan dapat memproduksi lebih tanpa peningkatan biaya<sup>36</sup>. Dengan adanya *online banking*, maka pihak nasabah dapat melakukan transaksi dengan efisien dan efektif karena nasabah dapat langsung melakukan transaksi tanpa harus mendatangi kantor cabang bank tersebut. Sikap para nasabah dalam mengadopsi atau menerima *online banking* mempunyai dampak serius dalam keberhasilan *online banking*. Jika para nasabah tidak bersedia menerima *online banking*, maka *online banking* tidak dapat memberikan

---

<sup>35</sup> Arif Wibowo, "Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Diambil dari <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>, pada tanggal 8 januari 2019

<sup>36</sup> Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati, "Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. JAAI) Vol. 11 No. 2 (2007) Hal.125

manfaat maksimal kepada bank. Semakin para nasabah dapat menerima *online banking*, maka nasabah semakin bersedia melakukan perubahan-perubahan dalam praktik dan menggunakan waktu dan usahanya untuk memulai menggunakan *onlinebanking*<sup>37</sup>

Definisi penggunaan *online banking* merujuk pada salah satu konstruk TAM, *Actual System Usage* yaitu kondisi nyata penggunaan sistem yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi<sup>38</sup>. Penggunaan *online banking* dapat menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan sistem yang diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan<sup>39</sup>. Dalam penelitian ini Penggunaan *OnlineBanking* didefinisikan sebagai kondisi nyata nasabah yang menggunakan *online banking* yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *online banking*.

Intensitas atau frekuensi dalam penggunaan *online banking* merupakan ukuran seberapa sering nasabah melakukan transaksi dengan menggunakan layanan *online banking*. Intensitas nasabah dalam menggunakan *online banking* tersebut tergantung pada tujuan nasabah yang berbeda-beda. Penggunaan *online banking* juga dapat diukur dari diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Transaksi yang bisa dilakukan dalam *online banking* antara lain pengambilan uang tunai, transfer uang, cek saldo rekening dan informasi lainnya, membayar berbagai macam tagihan pembayaran dan pembelian. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *online banking* adalah kondisi nyata penggunaan *online banking* oleh nasabah. Pada penelitian ini, penggunaan *online banking* dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui *online banking*.

#### 2.1.6. Persepsi Kebermanfaatan

---

<sup>37</sup> Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati. "Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. JAAI, Vol. 11 No 2 (2007) Hal.127

<sup>38</sup> Arif Wibowo. "Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM)" Diambil dari <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>, pada tanggal 8 januari 2019

<sup>39</sup> Hadri Kusuma dan Dwi Susilowati. "Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta". JAAI. Vol.2 (2007) Hal.219

Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut. Persepsi manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya<sup>40</sup>. Persepsi manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja<sup>41</sup>. Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Persepsi Kebermanfaatan sebagai konstruk kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka<sup>42</sup>. Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kebermanfaatan sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.

Venkatesh dan Morris (2003) menyatakan bahwa terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individual dalam teknologi informasi. Venkatesh dan Davis (2000: 201) membagi dimensi Persepsi Kebermanfaatan menjadi berikut:

1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*).
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu (*increases productivity*).
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*).

---

<sup>40</sup> Jogiyanto, *Sistem Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Andi Halaman, 2007, h.118

<sup>41</sup> Mangin, Jean. P. L. Bourgault N & Guerrero M. M. "Modelling Perceived Usefulness on Adopting Online Banking Through the TAM Model in A Canadian Banking Environment. *Jornal of Internet Banking and Commerce*. (online)" Vol. 16 No. 1 (2007) p.14 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 5 januari 2019)

<sup>42</sup> Adamson, I., & Shine, J "Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the User Information System Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4 (2003) p.441

4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is useful*). Persepsi Kebermanfaatan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna<sup>43</sup>.

Penelitian - penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Kebermanfaatan dengan penggunaan layanan *online banking*. Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa Persepsi Kebermanfaatan dalam *online banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *online banking*. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *online banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *online banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan *online banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *online banking* dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan keefektifan kinerja serta *online banking* bermanfaat bagi nasabah. Oleh karena itu, Persepsi Kebermanfaatan *online banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap Penggunaan *Online Banking* itu sendiri.

#### 2.1.7. Keamanan

Aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik<sup>44</sup>. Ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu<sup>45</sup>. Dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam menggunakan

---

<sup>43</sup> Adamson, I & Shine, J, "Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the User Information System Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol 15 No. 4 (2003)

<sup>44</sup> Budi Raharjo. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*, Jakarta: PT. Insan Infonesia, 2005, h.2

<sup>45</sup> Lallmahamood, Muniruddeen, "An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Jornal of Internet banking and Commerce*. (online), Vol 12, No. 3 (2007) (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 16 February 2014)

*online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.

#### 2.1.8. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Morgan dan Hunt dalam Dharmmesta berpendapat bahwa ketika suatu pihak mempunyai keyakinan (*confidence*) bahwa pihak lain yang terlibat dalam pertukaran mempunyai reabilitas dan integritas, maka dapat dikatakan ada *trust*.<sup>46</sup>

Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan<sup>47</sup>. Berdasarkan beberapa definisi di atas kepercayaan adalah kepekaan individu terhadap nilai-nilai yang dibagi antar kedua pihak yang sifatnya menguntungkan bagi kedua pihak. Jadi kepercayaan terhadap *online banking* merupakan proses pertukaran nilai-nilai antara bank dengan nasabahnya yang nilai-nilai ini menguntungkan bagi pihak bank maupun bagi pihak nasabah.

Dalam penelitian ini kepercayaan berkenaan dengan keyakinan atas kemampuan dan integritas dari layanan *online banking* yang dalam penelitian ini ditujukan dalam beberapa tolak ukur, yaitu sistem keamanan bank, sistem kerahasiaan bank, jaminan keamanan dan kerahasiaan, dan kompensasi kerugian karena alasan keamanan dan kerahasiaan. Terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator kepercayaan<sup>48</sup> (*trust*) yaitu: (1) sistem keamanan bank; (2) sistem kerahasiaan bank.

#### 2.2. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Irmadhani (2012) dengan judul Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk

---

<sup>46</sup>Darsono, L.I dan Dharmmesta, B.S., "Kontribusi Involvement dan Trust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No.3, Vol 20 (2005), hal.27

<sup>47</sup>Mukhrejee, A & Nath, P, "A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*" Vol 21 No.1 (2003) p.6

<sup>48</sup>Wanandi Yoso Hanur Cahyo, "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta" . (Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2014),

menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan *computer self efficacy* terhadap penggunaan *online banking*. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,482), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,579, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,335, nilai t hitung  $>$  t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $8,303 > 1,980$ .
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,061), nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,074, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,005, nilai t hitung  $<$  t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $0,865 < 1,980$ .
3. *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi yang bernilai positif 0,287, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,203, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,041, nilai t hitung  $>$  t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $2,424 > 1,980$ . (4) Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan *Computer Self Efficacy* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai koefisien yang bernilai positif pada semua variabel independen dan nilai F hitung  $>$  F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar  $23,561 > 2,68$ . Perbedaan penelitian Irmadhani (2012) dengan penelitian ini terdapat pada penambahan variabel yaitu persepsi keamanan dan kepercayaan serta menghilangkan variabel *computer self efficacy*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Irmadhani (2012) yaitu variabel persepsi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan.

## 2.3. Kerangka Berfikir

### 2.3.1. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) berdasarkan kata *useful* (manfaat) yaitu *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas. Dalam konteks organisasi, Persepsi Kebermanfaatan ini dikaitkan dengan peningkatan kinerja individu yang berdampak pada kesempatan untuk memperoleh keuntungan-keuntungan baik yang bersifat materi maupun non-materi. Pada konteks penggunaan *online banking* dapat dilakukan bahwa penggunaan *online banking* dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang akan menggunakan *online banking* apabila orang tersebut mempercayai bahwa *online banking* dapat memberikan manfaat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu, tingkat Persepsi Kebermanfaatan *online banking* mempengaruhi para nasabah untuk menggunakan layanan *online banking* tersebut.

### 2.3.2 Pengaruh Keamanan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Dalam penggunaan *online banking*, keamanan digunakan untuk mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan dan keandalan layanan perbankan ini. Dalam hal ini penyedia *online banking* menjamin risiko yang lebih kecil dari pada harus datang langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Keamanan menjadi dimensi yang mempengaruhi nasabah menggunakan *online banking*, dengan layanan *online banking* akan meminimalisir risiko yang ditimbulkan dari pada langsung ke bank yang bersangkutan untuk melakukan transaksi. Namun, keamanan dalam melakukan transaksi pada *online banking* bukanlah sepenuhnya tanggung jawab pihak bank. Nasabah pun dituntut berperan aktif menjaganya.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup><http://www.kompas.com> (Diakses pada 06 Januari 2019)



### 2.3.3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan *Online Banking*

Dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah, pihak bank memerlukan suatu konsep kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Pihak bank memerlukan nasabah atau pelanggan yang loyal (*customer loyalty*) yang percaya terhadap ekselensi jasa elektronik agar bank dapat mempertahankan eksistensinya dalam era *online banking*. Seiring dengan maraknya kejahatan elektronik seperti pembobolan akun (*account hacking*), faktor kepercayaan (*trust*) menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *online banking* dalam transaksi perbankan. Konsep kepercayaan yang dimaksud yaitu nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank yang dapat menjamin keamanan (*security*) dan kerahasiaan (*privacy*) akun nasabah dalam Reipita Sari (2013). Keamanan berarti bahwa penggunaan sistem teknologi informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya. Menurut Gerrad dan Cunningham (2003) dalam Sauca Ananda Pranidana (2009), pihak nasabah meragukan aspek *trustability* pada kebijakan keamanan dan kerahasiaan (*security and privacy policy*) bank. Maka dari itu, semakin percaya nasabah pada sistem kerahasiaan dan sistem keamanan dari layanan *online banking* akan membuat nasabah semakin sering menggunakan layanan *online banking*.

### 2.3.4. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan *Online Banking*

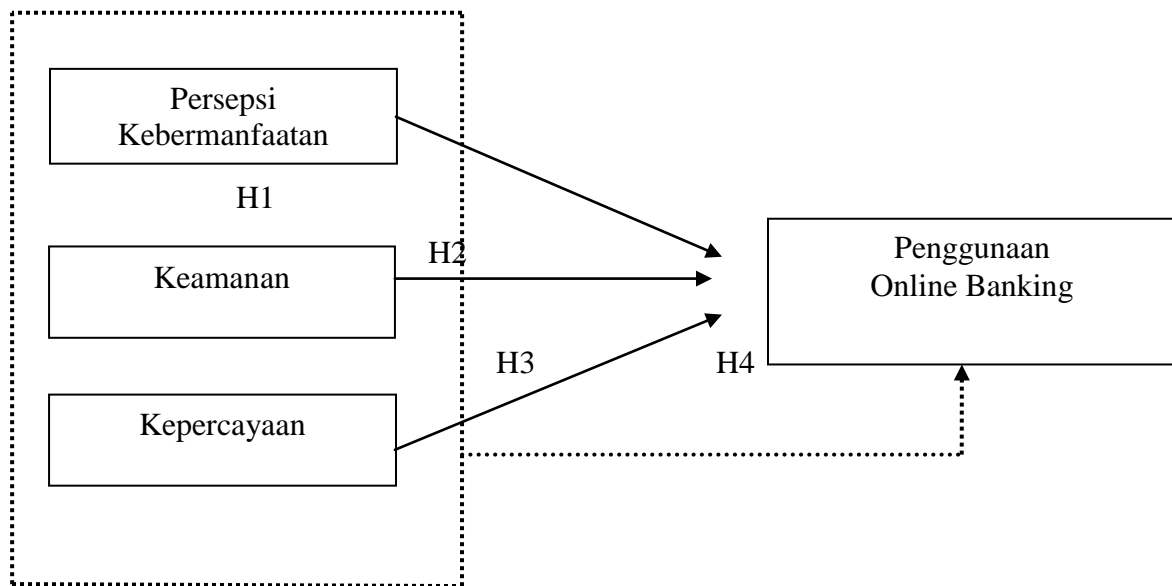
Persepsi Kebermanfaatan dari penggunaan *online banking* akan mempengaruhi tingkat penggunaan *online banking*. Semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh nasabah dari penggunaan *online banking*, maka tingkat penggunaan *online banking* akan semakin meningkat. Keamanan akan mempengaruhi penggunaan *online banking* karena dengan terjaminnya layanan *online banking* tersebut, penggunaan sistem teknologi informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian

(*hacking*) rendah. Semakin nasabah merasa aman dengan layanan *online banking*, akan berpengaruh pada semakin seringnya layanan *online banking* tersebut digunakan oleh para nasabah. Kepercayaan juga akan mempengaruhi tingkat penggunaan *online banking*. Semakin nasabah percaya dengan layanan *online banking*, akan berpengaruh pada semakin seringnya layanan *online banking* tersebut digunakan oleh para nasabah.

#### 2.4. Paradigma Penelitian

Skema hubungan antar variabel atau paradigma penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar : 2.1  
Skema Hubungan Antar Variabel



#### 2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada kajian teori yang ada, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Persepsi Kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- H2 : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- H3 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- H4 : Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian

##### 3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif tipe penelitian *survey*. Jenis penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variable-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Singarimbun dan Efendi dalam Suyatmin<sup>50</sup> mendefinisikan penelitian *survey* yaitu penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang menggambarkan suatu variabel dan kejadian yang sebenarnya serta apa adanya dengan memberikan atau menyebarkan kuisisioner, tes, wawancara terstruktur kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

##### 3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-April 2019 untuk melakukan uji coba terhadap instrumen penelitian sekaligus membagikan kuisisioner, dilakukan analisis data dan penyusunan laporan penelitian.

#### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu<sup>51</sup>. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>52</sup>. Populasi dalam hal ini

---

<sup>50</sup> Suyatmin, et al. "Persepsi Akuntansi terhadap Lingkungan kerja Akuntan Publik", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 7, no. 2(2008); h. 131-143.

<sup>51</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supomo "Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen" ctk ke 6(Yogyakarta:BPFE,2013), h. 115.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, ctk ke 7, Bandung: Alfabeta, 2009, h.117.

adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang memiliki Kartu Tanda Mahasiswa (KTM). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila jumlah populasi yang akan diteliti tergolong besar dan peneliti merasa memiliki keterbatasan untuk mempelajari seluruh populasi yang ada, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Namun dengan catatan, sampel yang di ambil harus benarbenar representatif atau mewakili populasi yang dimaksud<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *sampling purposive*. “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>54</sup>. Pertimbangan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah responden yang diminta untuk mengisi kuesioner harus memenuhi dua kriteria yaitu (1) responden berstatus sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang masih aktif dan (2) responden pernah menggunakan *online banking* (baik ATM maupun *e-banking*). Berdasarkan data yang diambil dari Forlap Ristekdikti pada bulan Januari 2019, jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang masih tergolong sebagai mahasiswa aktif adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Akuntansi	296
2	Ekonomi Islam	693
3	Manajemen	42
4	S1 Perbankan Syariah	324
5	D3 Perbankan Syariah	139
	Total	1494

<sup>53</sup> Sugiyono, “Statistika untuk Penelitian” ctk ke 7 (Bandung: Alfabeta, 2009), h.118

<sup>54</sup> Ibid. h. 124

Sumber : <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruan tinggi/detail>

Banyak ahli riset yang menyarankan untuk mengambil sampel sebesar 10% dari populasi yang ada sebagai aturan kasar<sup>55</sup>. Besarnya sampel juga dapat ditentukan dengan pendekatan statistik<sup>56</sup>. Sebelum menentukan jumlah sampel yang diambil dari populasi terlebih dahulu perlu diketahui:

1. Memperkirakan jumlah objek yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu populasi ( $p$ ).
2. Menentukan derajat atau koefisien kefidensi (keyakinan) yang diinginkan dalam menentukan penaksiran ( $z$ ).
3. Menetapkan kemungkinan kekeliruan untuk menarik sampel dalam bentuk presentase ( $e = b$ ).
4. Menghitung jumlah sampel ( $n$ ) dengan rumus sampel minimal:

$$n = p \cdot q \left( \frac{z}{e} \right)^2 \text{ atau } p (1 - p) \left( \frac{z}{b} \right)^2$$

(Sukandarrumidi, 2006)

Keterangan :

$n$  : Jumlah minimal sampel

$p$  : Persentase proporsi populasi diambil 10% atau 0,1

$q$  : Proporsi sisa dalam populasi  $(1 - p) = (1 - 0,1) = 0,9$

$z$  : Koefisien kefidensi yang diperbolehkan dalam sampling sehingga bila *sconfidence level*( $\alpha$ ) 95% maka nilai  $z = 1,96$  (tabel distribusi normal)

$e = b$  : Persentase kemungkinan membuat kesalahan dalam menentukan ukuran sampel diambil 5% atau 0,005

Berdasarkan langkah perhitungan dan rumus sampel minimal diatas, maka jumlah sampel minimal penelitian ini adalah:

$$n = p (1 - p) \left( \frac{z}{b} \right)^2$$

$$n = 0,1 (0,9) \left( \frac{1,9}{0,05} \right)^2$$

$$n = 138,2976$$

---

<sup>55</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2010, h.82

<sup>56</sup> Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian*, Yogya : Gajah Mada University Press 2006

$n = 139$  responden (pembulatan)

Dengan tidak mengabaikan keberwakilan sampel yang diteliti, peneliti membagi strata populasi berdasarkan program studi yang ada dalam perhitungan jumlah sampelnya. Jadi, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2  
Jumlah dan Keberwakilan Sampel Berdasarkan Program Studi

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	Akuntansi	296	$296 / 1494 \times 139 = 28$
2	Ekonomi Islam	693	$693 / 1494 \times 139 = 64$
3	Manajemen	42	$42 / 1494 \times 139 = 4$
4	S1 Perbankan Syariah	324	$324 / 1494 \times 139 = 30$
5	D3 Perbankan Syariah	139	$139 / 1494 \times 139 = 13$
	Total	1494	139

Sumber : Data Primer yang Diolah

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 139 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

### 3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam penelitian saat pengumpulan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti<sup>57</sup>. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang butir-butir pertanyaannya diadopsi dan dimodifikasi dari jurnal empiris dan penelitian terdahulu yang relevan. Instrumen yang digunakan antara lain:

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2009, h.148

### 3.3.1. Penggunaan *Online Banking*

Instrumen ini terdiri dari delapan item pertanyaan yang merupakan hasil adopsi dan modifikasi dari penelitian Millati Amalia (2012) dan Oktavia (2008). Delapan item pertanyaan tersebut meliputi tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan frekuensi penggunaan dan lima item pertanyaan yang berkaitan dengan diversitas transaksi.

### 3.3.2. Persepsi Kebermanfaatan

Instrumen ini terdiri dari sebelas item pertanyaan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian Fitri Dwi Rahmawati (2012). Sebelas item pertanyaan tersebut meliputi dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mampu menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah, tiga item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mampu meningkatkan keefektifan, dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem yang dianggap bermanfaat, dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas dan dua item pertanyaan yang berkaitan dengan penggunaan sistem mengembangkan kinerja pekerjaan.

### 3.3.3. Keamanan

Instrumen ini terdiri atas enam item pernyataan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian Inderawati (2001). Enam item pernyataan itu terdiri dari tiga item pernyataan yang berkaitan dengan sistem keamanan dan tiga item pernyataan yang berkaitan dengan sistem kerahasiaan.

### 3.3.4. Kepercayaan

Instrumen ini terdiri atas enam item pernyataan yang merupakan adopsi dan modifikasi dari penelitian Cionia Christina Tjen Yan (2013). Enam item pernyataan itu terdiri dari enam item pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan nasabah.

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran variabel agar didapatkan data kuantitatif yang akurat, sehingga setiap instrumen harus mempunyai skala ukur. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*.



Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.3  
Skor Skala Likert

Pertanyaan Positif		Pernyataan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5
Setuju	4	Setuju	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	1

Instrumen – instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4  
Instrumen Penelitian Penggunaan Online Banking

No	Indikator Penggunaan Online Banking	Nomor	Jumlah
1	Frekuensi Penggunaan	1, 2, 3	3
2	Diversitas Transaksi	4, 5, 6 7,8	5
Jumlah		8	8

Sumber : Milati Amalia (2012) dan Oktavia (2008)

Tabel 3.5  
Instrumen Penelitian Persepsi Kebermanfaatan

No	Indikator Persepsi Kebermanfaatan	Nomor	Jumlah
1	Menjadikan Pekerjaan Lebih Mudah	1, 2	2
2	MempertinggiEfektivitas	3, 4, 5	3
3	Bermanfaat	6, 7	2

4	Menambah Produktivitas	8, 9	2
5	Mengembangkan Kinerja Pekerja	10, 11	2
Jumlah		11	11

Sumber : Fitri Dwi Rahmawati (2012)

Tabel 3.6

Instrumen Penelitian Keamanan

No	Indikator Keamanan	Nomor	Jumlah
1	Sistem Keamanan	1, 2, 3	3
2	Sistem Kerahasiaan	4, 5, 6	3
Jumlah		6	6

Sumber : Inderawati (2001)

Tabel 3.7

Instrumen Penelitian Kepercayaan

No	Indikator Kepercayaan	Nomor	Jumlah
1	Tingkat Kepercayaan	1, 2, 3, 4, 5, 6	6
Jumlah		6	6

Sumber : Cionia Christina Tjen Yan (2013)

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu dengan menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab<sup>58</sup>. Kuesioner yang disebarakan berupa daftar pertanyaan dan pernyataan kepada responden tentang permasalahan yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Kuesioner dilengkapi dengan petunjuk pengisian kuesioner yang dibuat sederhana dan sejelas mungkin untuk memudahkan responden dalam mengisi jawaban.

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, ctk ke 7, Bandung: Alfabeta 2009, h.199

Alasan digunakannya angket atau kuesioner adalah anggapan bahwa: Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya, Apa yang dinyatakan subjek dalam penelitian adalah dapat dipercaya, Interpretasi subjek tentang pertanyaan adalah sama dengan persepsi yang dimaksud peneliti<sup>59</sup>. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti. Kuesioner ini diberikan langsung kepada responden karena ruang lingkup penelitian ini masih terjangkau oleh peneliti. Selain itu kuesioner diberikan secara langsung untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang hilang.

### 3.5. Uji Coba Instrumen

Kuesioner yang nantinya akan disebarakan kepada responden harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Uji coba kuesioner dilakukan pada responden yang berada di dalam populasi tetapi di luar dari sampel penelitian. Uji coba kuesioner akan dilaksanakan pada tiga puluh responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang pernah menggunakan *online banking*.

#### 3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan suatu instrumen adalah ukuran seberapa tepat instrumen itu mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya yang ingin diukur. Setiap penelitian selalu dipertanyakan akan validitas alat yang digunakan. Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Oleh karena itu kalau peneliti menggunakan kuesioner yang disusun oleh peneliti harus dapat mengukur apa yang akan diukur dan untuk memastikannya, sebelum instrumen penelitian digunakan perlu di uji terlebih dulu keabsahannya. Penukaran Validitas dalam pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan *coefficient correlation person* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor.

---

<sup>59</sup> Hadi, Sutrisno, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi Offset 2004, h.57

### 3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian menggunakan metode *alpha cronbeach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila 0,600.

## 3.6. Uji Asumsi Klasik

### 3.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid atau jumlah sampel kecil.

### 3.6.2. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal yaitu nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidak multikolinieritas di dalam model regresi, Iman Ghazali menjelaskan beberapa cara sebagai berikut :

- 1) Nilai yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi tidak berarti bebas dari mulikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.

3) Multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya serta variance inflation faktor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

### 3.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.6.4. Uji $R^2$ (Koefisien Determinan)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### 3.6.5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y, yang dinyatakan dengan persamaan :

Rumus Regresi Linier Berganda :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Preferensi menjadi nasabah di bank syariah

$b_0$  = Nilai Konstanta

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Lokasi

$X_3$  = Produk

$X_4$  = Harga

$X_5$  = Tingkat Religiusitas

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = Koefisien Regresi

## 3.7. Uji Hipotesis

### 3.7.1. Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan penjabaran seperti ini, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah:

$H_0$  = Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

$H_a$  = Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

### 3.7.2. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk mengetahui makna F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila  $sig.F < 0,05$  atau apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah:

$H_0$  = Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Ha= Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi data

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda-beda antara responden satu dengan yang lainnya. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, lama menggunakan online banking, dan jenis online banking yang digunakan.

4.1.1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1  
Jenis Kelamin Responden

		<b>Jenis_Kelamin</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	46	33.1	33.1	33.1
	Perempuan	93	66.9	66.9	100.0
Total		139	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas, dapat diketahui mengenai jenis kelamin mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang diambil sebagai responden, yaitu sebanyak 46 orang atau 33,1% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan responden wanita sebanyak 93 orang atau 66,9%.

4.1.2. Karakteristik berdasarkan usia



Tabel 4.2  
Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 Tahun	11	7.9	7.9	7.9
	20 Tahun	23	16.5	16.5	24.5
	21 Tahun	53	38.1	38.1	62.6
	22 Tahun	51	36.7	36.7	99.3
	23 Tahun	1	.7	.7	100.0
Total		139	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas menunjukkan jumlah presentase umur yang memakai *online banking*. Dari data responden tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang memakai *online banking* masuk usia 21 tahun sejumlah 53 orang (38,1%), kemudian disusul usia 22 tahun sejumlah 51 orang (36,7%), kemudian usia 20 tahun sejumlah 23 orang (16,5%), kemudian usia 19 tahun sejumlah 11 orang (7,9%), dan terakhir masuk pada usia 23 tahun yang berjumlah 1 orang (0,7%).

#### 4.1.3. Karakteristik berdasarkan lama menggunakan layanan online banking

Tabel 4.3  
Lama Penggunaan Online Banking Responden

		Lama_Penggunaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 Tahun	14	10.1	10.1	10.1
	1-3 Tahun	76	54.7	54.7	64.7
	>3 Tahun	49	35.3	35.3	100.0
Total		139	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan *online banking* antara 1-3 tahun sejumlah 76 orang (54,70%), kemudian responden yang menggunakan *online banking* lebih

dari 3 tahun sejumlah 49 orang (35,30%) dan responden yang menggunakan *online banking* kurang dari 1 tahun sejumlah 14 orang (10,10%).

#### 4.1.4. Karakteristik berdasarkan jenis online banking yang digunakan

Tabel 4.4  
Jenis Online Banking yang Digunakan Responden

Jenis_Online_Banking				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ATM	139	71.3	71.3	71.3
Internet Banking	14	7.2	7.2	78.5
Mobile Banking	6	3.1	3.1	81.5
SMS Banking	32	16.4	16.4	97.9
Phone Banking	4	2.1	2.1	100.0
Total	195	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa 139 responden (71,30%) pernah menggunakan ATM, 14 responden (7,20%) menggunakan *internet banking*, 32 responden (16,40%) menggunakan *sms banking*, 6 responden (3,10%) menggunakan *mobile banking*, dan 4 responden (2,10%) menggunakan *phone banking*.

## 4.2. Analisis Data

### 4.2.1. Hasil Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar mencerminkan variabel yang diukur. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil olah data dengan menggunakan SPSS 23 for windows adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Item Pertanyaan	Total Score Correlation	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	Butir 1	.655**	Valid
	Butir 2	.763**	Valid
	Butir 3	.675**	Valid
	Butir 4	.748**	Valid
	Butir 5	.615**	Valid
	Butir 6	.749**	Valid
	Butir 7	.525**	Valid
	Butir 8	.754**	Valid
	Butir 9	.809**	Valid
	Butir 10	.762**	Valid
	Butir 11	.813**	Valid
Keamanan	Butir 12	.943**	Valid
	Butir 13	.614**	Valid
	Butir 14	.943**	Valid
	Butir 15	.587**	Valid
	Butir 16	.943**	Valid
	Butir 17	.070**	Valid
Tingkat Kepercayaan	Butir 18	.940**	Valid
	Butir 19	.940**	Valid
	Butir 20	.940**	Valid
	Butir 21	.940**	Valid
	Butir 22	.940**	Valid
	Butir 23	.940**	Valid

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel dimana nilai r tabel 0,176 diperoleh dari  $df = N - 2 = 139 - 2 = 137$ . Maka dapat ditarik

kesimpulan bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbeach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cornbeach's alpha*  $\geq 0,600$  Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kebermanfaatan (X1)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	12

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X2)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	7

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Kepercayaan (X3)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.783	7

Tabel 4.9

Hasil Uji Variabel Reliabilitas Penggunaan Online Banking (Y)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.742	9

Dari beberapa hasil uji reliabilitas diatas dapat kita lihat ringkasan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.10  
Uji Reliabilitas Data

Variabel	Crobach's Alpha	Kesimpulan
Persepsi Kebermanfaatan (X <sub>1</sub> )	0,772	Reliabel
Keamanan (X <sub>2</sub> )	0,775	Reliabel
Tingkat Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	0,783	Reliabel
Penggunaan Online Banking (Y)	0,742	Reliabel

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $\geq 0.60$ . Dengan demikian variabel Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Tingkat Kepercayaan dan Penggunaan Online Banking dapat dikatakan reliabilitas.

#### 4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 23 for windows* dengan statistik *Kolmogorof-Smirnov (K-S)*. Pengukuran yang digunakan adalah membandingkan nilai *Asymp.Sig (2-Tailed)* dengan nilai *alpha* yang ditentukan sebesar 5%. Apabila nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11  
 Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

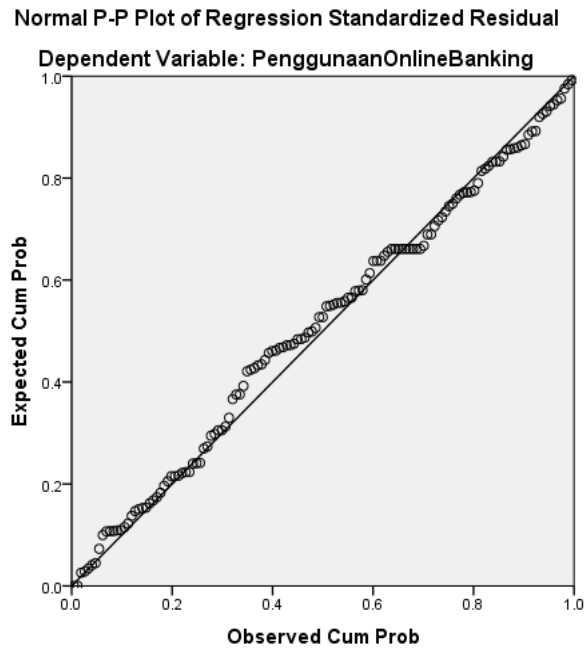
		Unstandardized Residual
N		139
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.89744410
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.041
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.12 di atas hasil uji dapat diketahui berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji grafik P-Plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Grafik 4.1  
Grafik P-Plot



Berdasarkan grafik 4.1 P-Plot diatas dapat diketahui bahwa titik-titik tersebut menyebar disekitar atau mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pola distribusi normal.

## 2. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinieritas ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variable independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai *Tolerance Variance Inflation Factor (VIF)*. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai tolerance  $> 0,1$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$  berarti tidak ada multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.

Tabel 4.12  
 Hasil Uji Multikoleniaritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.991	3.845		.518	.605		
Kebermanfaatan	.118	.039	.224	3.017	.003	.987	1.014
Keamanan	.406	.117	.257	3.463	.001	.989	1.011
Kepercayaan	.568	.116	.362	4.887	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

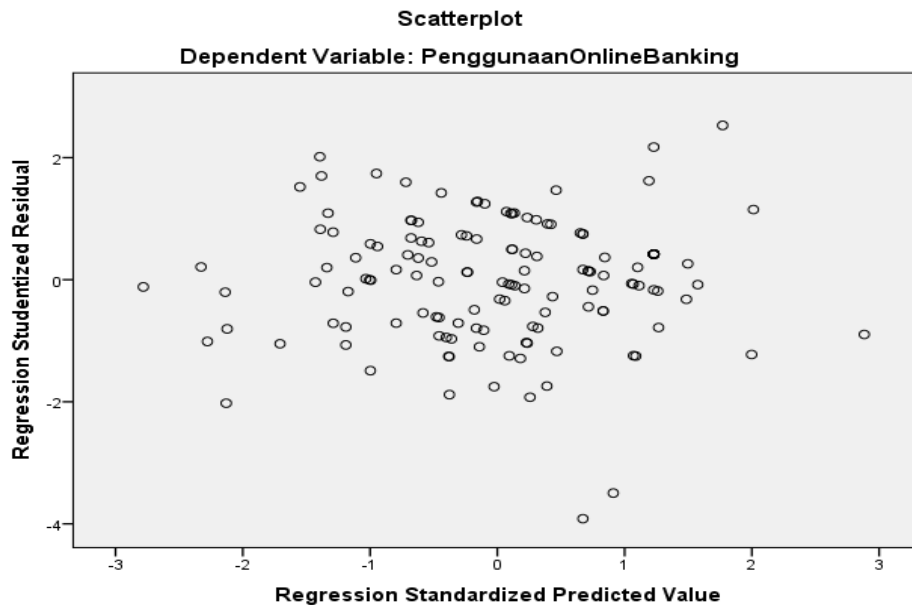
Berdasarkan keterangan pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara scatterplot, tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik – titik data menyebar diatas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik – titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Penyebaran titik – titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Penyebaran titik – titik data tidak berpola.



Gambar 4.1  
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa semua titik – titik data menyebar diatas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik – titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. Penyebaran titik – titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik – titik data tidak berpola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terbebas dari heteroskedastisitas

#### 4. Uji $R^2$ (Koefisien Determinan)

Uji  $R^2$  atau uji koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Suatu persamaan regresi yang baik ditentukan oleh  $R^2$  nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

Tabel 4.13  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 <sup>a</sup>	.264	.247	3.45072

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, Kebermanfaatan

b. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.14, hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa R square ( $R^2$ ) sebesar 0,264 atau 26,4% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan sebanyak 26,4%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel X terhadap satu variabel dependen Y, yang dinyatakan dengan persamaan :

Tabel 4.14  
 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.991	3.845		.518	.605		
	Kebermanfaatan	.118	.039	.224	3.017	.003	.987	1.014
	Keamanan	.406	.117	.257	3.463	.001	.989	1.011
	TingkatKepercayaan	.568	.116	.362	4.887	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

Analisis regresi Linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan terhadap preferensi menjadi nasabah di bank syariah.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.15 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,991 + 0,118X_1 + 0,406X_2 + 0,568X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah :

- a. Konstanta sebesar 1,991 berarti bahwa nilai konstanta variabel preferensi adalah 1,991. Jika variabel persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan tidak dimasukkan dalam penelitian, maka keputusan menggunakan layanan online banking meningkat sebesar 1,993 %
- b. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kebermanfaatan sebesar 0,367. Artinya, jika variabel persepsi kebermanfaatan ditingkatkan, maka preferensi menjadi nasabah bank syariah akan meningkat sebesar 0,367 %. Dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (constant)
- c. Nilai koefisien regresi variabel keamanan sebesar 0,406. Artinya, jika variabel keamanan ditingkatkan, maka keputusan menggunakan layanan online banking akan meningkat sebesar 0,406 %. Dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (constant)
- d. Nilai koefisien regresi variabel tingkat kepercayaan sebesar 0,568. Artinya, jika variabel tingkat kepercayaan ditingkatkan, maka keputusan menggunakan layanan online banking akan meningkat sebesar 0,568 %. Dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (constant). Dengan asumsi variabel independen yang lain ceteris paribus (*constant*)

#### 4.2.3. Hasil Uji Hipotesis

##### 1. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan penjabaran seperti ini, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah:

Ho = Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Ha = Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Tabel 4.15

Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.991	3.845		.518	.605
	Kebermanfaatan	.118	.039	.224	3.017	.003
	Keamanan	.406	.117	.257	3.463	.001
	TingkatKepercayaan	.568	.116	.362	4.887	.000

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

T tabel =  $t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2; 139-3-1) = t$  tabel 0,025 ; 135 = 1,6559

Keterangan

$\alpha$  = Tingkat Signifikansi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Berdasarkan tabel 4.16 variabel persepsi kebermanfaatan memperoleh nilai t hitung 3,017 sedangkan t tabel 1,6559, dapat disimpulkan bahwa nilai 3,017 > 1,6559 dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05 maka Ho ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking.

Berdasarkan tabel 4.16 variabel keamanan memperoleh nilai t hitung 3,463 sedangkan t tabel 1,6559, dapat disimpulkan bahwa nilai 3,463 > 1,6559 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan

bahwa variabel X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking.

Berdasarkan tabel 4.16 variabel tingkat kepercayaan memperoleh nilai t hitung 4,887 sedangkan t tabel 1,6559, dapat disimpulkan bahwa nilai  $4,887 > 1,6559$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking.

## 2. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk mengetahui makna F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila  $\text{sig.F} < 0,05$  atau apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah:

$H_0 =$  Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

$H_a =$  Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Tabel 4.17  
 Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	576.035	3	192.012	16.125	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1607.505	135	11.907		
	Total	2183.540	138			

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

b. Predictors: (Constant), TingkatKepercayaan, Keamanan, Kebermanfaatan

$$\text{Rumus F tabel} = F(k ; n-k) = F(5 ; 139 - 3) = F(5 ; 137) = 2,2803$$

Keterangan

K = Jumlah Variabel bebas

n = jumlah responden

Pada tabel 4.17 hasil uji F diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung > F tabel dengan nilai 16,125 > 2,2803 dan nilai probabilitas value atau taraf signifikansi adalah 0,000 < 0,005. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu Ha diterima dan Ho ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking.

#### 4.3 Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 139 responden untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel yang terdapat dalam penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan menggunakan layanan online banking. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa hasil pernyataan angket yang disebar pada 139 responden dinyatakan valid karena semua item pernyataan memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji reliabilitas terbukti reliable dengan semua koefisien lebih besar dar 0,60 maka semua pernyataan dinyatakan reliable.

Nilai R square pada uji R (Determinasi) sebesar 0,264 menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan (X1), keamanan (X2), tingkat kepercayaan (X3) secara simultan terhadap

variabel keputusan (Y) adalah sebesar 26,4%, sedangkan 73.6% lainnya merupakan faktor lain yang tidak disebut dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan di analisis dengan uji F (signifikansi simultan), diketahui bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara ketiga variabel independen terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 16,126 < F_{tabel} 2,2803$

Selanjutnya secara parsial penelitian ini menyatakan bahwa semua variabel independen (persepsi kebermanfaatan, keamanan dan tingkat kepercayaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan).

#### 1. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking

Hasil uji hipotesis menyatakan persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking. Hal ini sesuai dengan perolehan hasil uji t dengan nilai  $T_{hitung} = 3,017 > T_{tabel} = 1,6559$  pada taraf signifikansi 5% dengan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi kebermanfaatan terhadap variabel keputusan.

#### 2. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking

Hasil uji hipotesis menyatakan keamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking. Hal ini sesuai dengan perolehan hasil uji t dengan nilai  $T_{hitung} = 3,463 > T_{tabel} = 1,6559$  pada taraf signifikansi 5% dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel keamanan terhadap variabel keputusan.

#### 3. Pengaruh Persepsi Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Online Banking

Hasil uji hipotesis menyatakan tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan online banking. Hal ini sesuai dengan perolehan hasil uji t dengan nilai  $T_{hitung} = 4,887 > T_{tabel} = 1,6559$  pada taraf signifikansi 5% dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel tingkat kepercayaan terhadap variabel keputusan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan yang Dimiliki terhadap Penggunaan *Online Banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri walisongo semarang . Dilihat dari nilai t hitung  $3,017 > 1,6559$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ .
2. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri walisongo semarang . Dilihat dari nilai t hitung  $3,463 > 1,6559$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ .
3. Tingkat Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri walisongo semarang . Dilihat dari nilai t hitung  $4,887 > 1,6559$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .
4. Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan dan Tingkat Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan online banking. Dilihat dari nilai F hitung  $> F$  tabel dengan nilai  $16,126 > 2,2803$  dan nilai probabilitas value atau taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan hasil penelitian koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kelima variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 0,264 atau 26,4 % yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel independen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.



## 5.2. Saran

Berdasarkan penilitan dan kesimpulan di atas maka di sarankan :

### 1. Bagi Manajer Bank

Manajer bank diharapkan untuk selalu memperbarui kinerja dan ketahanan (maintenance) sistem online banking yang ada baik dari segi transaksi maupun tampilan sistem (interface) serta mampu meningkatkan kualitas dari layanan online seperti memperbaharui fasilitas – fasilitas layanan online banking agar semakin memberikan manfaat langsung, dapat mengatasi kesulitan maupun kerumitan transaksi serta mempermudah pengoperasian sistem sehingga nasabah dapat lebih mudah dalam melakukan transaksi menggunakan online banking. Bank juga di harapkan mampu meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan pada bisnis perbankan online dengan memperkuat ketahanan sistem yaitu dapat mulai mengembangkan virtual account seperti yang sudah diterapkan di perbankan konvensional.

### 2. Bagi Pengembang Sistem Layanan Online Banking

Penelitian ini memberikan informasi bahwa Persepsi Kebermanfaatan memberikan sumbangsih yang sangat kecil yaitu 4,0%, disini terlihat bahwa persepsi kebermanfaatan dinilai belum menjadi alasan para responden untuk menggunakan layanan online banking. Hal ini dapat menjadi masukan bagi pengembang sistem layanan online banking agar dapat mengembangkan sistem layanan khususnya pada sisi kebermanfaatan. Pengembangan layanan online banking dapat dilakukan dengan meningkatkan fleksibilitas layanan online banking serta dapat menambah fitur yang bermanfaat dari yang sudah ada di layanan online banking saat ini sehingga nasabah merasakan manfaat lebih yang dapat di rasakan terutama dapat memudahkan nasabah dalam mengerjakan tugas pekerjaan yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Peningkatan sisi kebermanfaatan layanan online banking juga harus serta merta di imbangi dengan peningkatan dari sisi keamanannya sehingga di harapkan kedepannya persentase nasabah pengguna layanan online banking semakin meningkat.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memberikan informasi bahwa Persepsi Kebermanfaatan,Keamanan, dan Tingkat Kepercayaan memberikan sumbangan sebesar 16,2 % terhadap Penggunaan Online banking, sedangkan 83,8 % dijelaskan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Online banking, seperti kualitas informasi dan risiko penggunaan. Kualitas informasi mempengaruhi penggunaan online banking karena informasi yang berkualitas dapat membuat nasabah lebih tertarik untuk menggunakan online banking sebagai sarana bertransaksi yang praktis. Risiko penggunaan mempengaruhi penggunaan online banking karena sebelum nasabah menggunakan layanan online banking, nasabah akan terlebih dahulu melihat dan mempertimbangkan risiko yang akan didapat jika menggunakan layanan tersebut. Penelitian yang selanjutnya juga disarankan untuk mengkategorikan responden dengan lebih spesifik, yaitu nasabah aktif pengguna online banking yang kegiatannya terkait dengan bisnis maupun kegiatan-kegiatan lain yang memang membutuhkan ketersediaan layanan perbankan yang tidak terbatas pada jam operasional kerja bank sehingga hasil penelitian dapat lebih fokus dan spesifik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Adisasmita, R. (2005). *Dasar – dasar Ekonomi Wilayah*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Ahmad, A. (1978). *Asas – asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press.
- Budi, A,R. (2005). *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budi, R. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT Insan Infonesia.
- Choiruman, P. (1996). *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Husein, U. (2008). *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Hartono,J. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis. Salah Kaprah dan Pengalaman – Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Imam, G. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iqbal, H. (2003). *Pokok – pokok Materi Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jogiyanto.(2005). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Mohd, M, B. (2010). *Islamic E-Commerce Terapan*. Malaysia: Sweet & Maxwell Asia.
- Sanusi, A. (2000). *Prospek Internet Banking di Era Millenium III*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sayyid, S. (1978). *Fiqih Sunnah*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Saifuddin, A. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi.(2006). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

### Jurnal :

- Abi, F. dan Rizki Yudhi Dewantara.(2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol 62: hal 84 diambil dari <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id> pada tanggal 6 januari 2019
- Adamson, I. and Shine, J. (2003). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.

- Arif, W. (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wpcontent/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>, pada tanggal 8 Januari 2019.
- Chan, S. and M L. (2004). Understanding Internet Banking Adoption and Use Behaviour. *Journal of Global Information Mangement*.
- Dahlberg, T., Mallat, N., Ondrus, J, and Zmijewska. (2008). Past, present and future of mobile payments research: A literature review. *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Fahmi N, N. Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect). Diambil dari <http://digilib.usu.ac.id/download/akuntansi-fahmi2.pdf> pada tanggal 15 Januari 2019
- Gefen, D. (2002). Customer Loyalty in E-Commers. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 3, pp. 27-51.
- Hadri, K. dan Dwi Susilowati. (2007). Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *JAAI*, Vol. 2 Hal 219
- Lallmahamood, M. (2007). An Examination of Individual's Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E-Commerce: Using An Extension of the Technology Acceptance Model. *Journal of Internet Banking and Commerce*. (online), Vol. 12, No. 3 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 16 Februari 2019).
- Mangin, Jean. P. L., Bourgault N., and Guerrero M. M. (2008). Modelling Perceived Usefulness on Adopting Online Banking Through the TAM Model in A Canadian Banking Environment. *Journal of Internet Banking and Commerce*. (online), Vol. 16, No. 1 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 5 Januari 2019).
- Mukhrejee, A., and Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 21 No. 1: pp 5 - 15.
- Nur, I. dan Bambang Supomo. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Paul, A. P. (2001). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 26 No.3 September 2002.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto H., and Pahnla, S. (2004). Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 No. 3: pp 224-235.
- Suyatmin, dkk. (2008). Persepsi Akuntansi Terhadap Lingkungan Kerja Akuntan Publik. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol 7 hal 131 – 143.

**Skripsi :**

Reipita, S. (2013). “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”. Skripsi Tidak diterbitkan. UNY

## LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian  
Kepada Yth.  
Saudara/i  
Di Tempat

Assalamualaikum wr wb,

Dengan segala kerendahan hati, dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, saya :

Nama : Ayu Namora Sitorus

NIM : 1505036010

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **“PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN ONLINE BANKING PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG”**

Memberitahukan bahwa saat ini saya sedang mengadakan penelitian dan demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti memohon ketersediaan Saudara/I untuk membantu mengisi daftar pertanyaan yang telah disediakan. Mohon sekiranya Saudara/I mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Sebelumnya peneliti mengucapkan terima kasih atas ketersediaan Saudara/I yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya

Ayu Namora Sitorus  
NIM. 1505036010

## Kuesioner Penelitian

Pernyataan–pernyataan berikut adalah item–item mengenai faktor–faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Online Banking. Untuk itu mohon Saudara/I memberi tanda tick mark (✓) atau silang (X) pada angka 1 sampai 5 dari setiap pernyataan berikut sesuai dengan pengalaman setelah Saudara/i menggunakan layanan online banking.

Nama : ..... (boleh tidak diisi)

Usia : ..... Tahun

Jenis Kelamin : ( ) Laki – Laki  
( ) Perempuan

Lama menggunakan layanan online banking :

( ) < 1 tahun

( ) 1 – 3 Tahun

( ) > 3 Tahun

Jenis layanan online banking yang digunakan (boleh lebih dari satu)

( ) ATM

( ) Internet Banking

( ) Mobile Banking

( ) SMS Banking

( ) Phone Banking

### A. Penggunaan Online Banking

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya selalu menggunakan online banking setiap kali melakukan transaksi					
2	Saya menggunakan online banking beberapa kali dalam seminggu					
3	Saya akan selalu menggunakan banking untuk melakukan transaksi karena mempunyai fitur yang membantu pekerjaan					

	saya					
4	Saya selalu menggunakan online banking setiap bertransaksi saat berbelanja online					
5	Saya menggunakan online banking untuk melakukan transfer dana ke rekening lain					
6	Saya menggunakan online banking untuk mengakses informasi (misal : saldo tabungan, suku bunga tabungan, dll)					
7	Saya menggunakan online banking untuk melakukan pembelian (misal : voucher isis ulang, tiket kereta api, dll)					
8	Saya menggunakan online banking untuk melakukan penarikan tunai					

## B. Persepsi Kebermanfaatan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Dengan menggunakan layanan online banking menjadikan pekerjaan saya menjadi lebih mudah					
2	Dengan menggunakan online banking menjadikan pekerjaan saya menjadi lebih efisien					
3	Dengan menggunakan layanan online banking menjadikan waktu saya lebih efektif dalam melakukan transaksi misal (Pembayaran telepon, listrik, kartu kredit, pajak, dll)					
4	Menggunakan online banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan kapan saja					
5	Menggunakan online banking sangat fleksibel karena bisa dilakukan kapan saja					
6	Saya merasa menggunakan online banking sangat bermanfaat					



7	Penggunaan online banking mampu menambah tingkat produktivitas saya					
8	Dengan menggunakan online banking membuat pekerjaan saya lebih cepat terselesaikan					
9	Penggunaan online banking membuat saya lebih mudah dalam mengerjakan tugas/pekerjaan yang berhubungan dengan transaksi perbankan					
10	Penggunaan online banking menguntungkan bagi saya					
11	Secara keseluruhan e-banking bermanfaat bagi saya					

### C. Keamanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya					
2	Bank memberikan jaminan keamanan saldo saya di rekening					
3	Adanya jaminan keamanan dari bank bahwa uang yang di transfer/dibayar sampai pada tujuan yang tepat					
4	Kerahasiaan data online akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri					
5	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi online banking					
6	Saya menggunakan online banking pada bank berdasarkan pertimbangan tingkat kerahasiaan bank					

### D. Kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tidak khawatir memberikan informasi					

	keuangan bila bertransaksi menggunakan online banking					
2	Saya merasa yakin dan percaya untuk menggunakan online banking dalam melakukan transaksi perbankan melalui online banking					
3	Meskipun ada berita negatif mengenai online banking, saya percaya dan tidak ragu dalam melakukan transaksi perbankan melalui online banking					
4	Online banking dapat di percaya dalam membayar rekening secara otomatis					
5	Transaksi transfer dana melalui online banking dapat di percaya					
6	Saya yakin semua data di proses melalui online banking tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank					

## Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden

### A. Tabulasi Data Responden Variabel Penggunaan Online Banking (Y)

No Responden	Y (Penggunaan Online Banking)								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	2	4	4	4	4	4	4	4	30
2	4	4	5	5	5	4	2	2	31
3	4	4	2	4	2	4	4	4	28
4	2	4	4	4	2	4	4	4	28
5	2	2	2	4	4	4	2	2	22
6	2	4	4	4	4	4	4	4	30
7	2	4	4	4	4	4	4	4	30
8	2	4	4	4	4	4	4	4	30
9	4	5	4	5	5	5	5	5	38
10	4	4	3	4	4	4	4	3	30
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	2	4	4	4	4	4	4	4	30
13	4	4	4	4	4	4	4	2	30
14	2	4	2	4	2	4	4	2	24
15	4	4	4	5	5	4	4	4	34
16	2	4	4	4	4	4	4	4	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	2	4	4	4	4	4	4	4	30
19	4	2	4	4	4	4	4	4	30
20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
21	3	2	3	4	2	4	3	2	23
22	2	4	4	4	2	4	4	4	28
23	2	4	4	4	4	4	2	2	26
24	2	4	4	4	4	4	4	4	30
25	4	5	5	5	4	5	4	4	36
26	2	4	4	4	2	4	4	2	26
27	4	4	4	5	4	4	3	2	30
28	4	4	4	4	3	4	4	4	31
29	2	4	4	4	4	4	4	5	31
30	4	2	4	4	4	4	4	2	28
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	2	4	4	4	4	4	4	4	30
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	2	4	4	5	2	4	4	4	29
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40

36	2	4	4	4	2	4	4	4	28
37	4	3	2	2	2	2	4	2	21
38	4	5	4	4	5	5	2	2	31
39	2	4	4	4	2	4	4	4	28
40	2	4	4	4	2	4	4	4	28
41	2	4	4	4	2	4	4	4	28
42	3	2	2	4	4	4	4	2	25
43	2	4	4	4	2	4	4	4	28
44	2	4	2	4	4	4	4	4	28
45	2	4	2	4	2	4	4	4	26
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	3	2	2	2	2	4	2	21
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49	2	3	4	2	2	2	2	3	20
50	2	4	4	4	2	4	4	2	26
51	4	4	4	5	5	5	5	4	36
52	2	4	4	4	2	4	4	4	28
53	2	2	2	2	4	2	2	2	18
54	2	4	4	4	4	4	4	4	30
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	2	2	3	4	4	4	2	2	23
57	2	4	4	4	2	4	4	4	28
58	2	4	4	4	4	4	4	4	30
59	4	3	3	4	3	4	3	3	27
60	4	4	4	4	2	4	4	4	30
61	2	4	4	2	4	3	4	4	27
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	2	4	4	4	4	4	4	4	30
64	2	4	2	4	2	4	4	4	26
65	2	4	4	4	2	4	4	4	28
66	2	4	4	4	4	4	4	4	30
67	2	4	4	2	2	2	4	4	24
68	2	4	4	4	4	4	4	4	30
69	4	2	4	3	2	5	2	4	26
70	4	4	2	4	2	2	2	2	22
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	2	4	2	2	2	4	24
73	2	4	3	4	2	3	4	4	26
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	2	4	3	4	2	4	4	4	27
76	2	4	2	4	2	4	4	2	24

77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	3	2	4	5	3	2	2	2	23
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	2	4	2	4	2	4	4	2	24
81	4	4	2	4	2	4	4	4	28
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	2	4	3	4	2	2	4	4	25
84	3	4	2	4	2	4	4	2	25
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	2	4	3	4	2	4	2	2	23
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	2	4	3	4	2	2	2	2	21
89	2	4	2	4	2	4	4	2	24
90	3	4	4	4	2	4	2	2	25
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	4	2	4	2	2	2	2	22
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	2	4	3	4	2	4	4	2	25
95	3	4	4	5	2	4	4	4	30
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	2	4	3	4	2	4	4	4	27
98	4	4	4	4	4	4	4	2	30
99	4	3	4	5	5	3	4	4	32
100	4	3	4	4	2	4	4	4	29
101	2	4	4	4	2	4	3	2	25
102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
103	2	4	4	4	2	4	4	4	28
104	4	2	4	2	2	2	3	3	22
105	2	4	4	4	4	4	2	4	28
106	4	4	3	4	4	5	3	2	29
107	2	4	2	4	2	4	2	2	22
108	4	2	4	2	2	2	4	3	23
109	4	2	2	4	4	4	4	4	28
110	2	3	3	4	4	4	4	4	28
111	3	4	4	5	4	4	4	4	32
112	2	4	3	4	2	4	4	2	25
113	4	4	4	4	4	4	4	4	32
114	4	4	2	4	2	4	2	4	26
115	4	4	4	4	2	2	2	2	24
116	2	4	4	4	4	4	4	4	30
117	2	4	4	4	2	4	4	4	28

118	3	2	2	2	2	2	2	2	2	17
119	2	4	2	4	2	4	4	4	4	26
120	4	4	3	4	2	4	4	4	4	29
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
122	2	4	3	4	4	4	4	4	4	29
123	4	4	2	4	2	4	2	2	2	24
124	2	4	2	4	3	4	4	4	4	27
125	2	3	3	4	2	4	4	4	4	26
126	3	4	4	4	4	4	2	2	2	27
127	2	4	4	4	2	4	4	4	4	28
128	3	2	5	2	2	2	4	5	5	25
129	4	4	3	4	4	4	4	4	4	31
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
131	4	3	2	4	4	4	2	2	2	25
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
133	3	4	2	4	2	4	4	4	4	27
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
135	2	4	3	4	2	4	4	4	2	25
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
137	2	4	2	4	2	4	2	2	2	22
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
139	2	4	3	4	4	4	4	4	4	29

B. Tabulasi Data Responden Variabel Persepsi Kebermanfaatan ( $X_1$ )

No Responden	Kebermanfaatan ( $X_1$ )											Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
1	5	4	5	4	4	5	2	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	42
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
9	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
11	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	41
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
13	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	46
14	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45

15	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
16	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	50
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	44
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
22	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	38
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
26	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
28	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	48
29	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	50
30	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	50
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	52
36	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
37	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	21
38	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	27
39	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	43
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
41	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
42	4	4	2	5	4	4	3	3	4	2	2	37
43	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	40
44	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	4	47
45	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
47	2	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	30
48	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	34
49	4	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	28
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
51	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	50
52	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
54	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44

56	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	45
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
59	2	4	4	5	2	3	2	2	2	2	3	31
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
63	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
64	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	36
65	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	46
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	23
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
69	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
70	4	4	2	2	2	2	4	4	3	2	2	31
71	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	40
72	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
73	4	4	2	4	2	2	2	3	3	3	3	32
74	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	23
75	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	45
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
77	4	4	4	5	2	4	3	4	4	4	4	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
79	4	2	4	3	2	3	2	5	5	3	3	36
80	4	4	3	3	5	2	2	2	4	2	2	33
81	5	5	2	2	2	4	4	4	2	4	5	39
82	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42
83	4	4	3	5	2	5	4	4	4	4	4	43
84	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	20
85	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	31
86	4	4	3	5	2	5	4	4	4	4	4	43
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
88	4	4	2	5	5	5	4	4	4	4	4	44
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
90	3	4	2	5	2	5	2	2	4	4	4	37
91	4	4	2	5	5	5	2	4	4	4	4	43
92	4	4	2	2	2	2	4	4	2	2	3	31
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	21
94	4	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	26
95	4	2	2	2	4	3	3	3	2	3	2	30
96	2	2	2	4	4	3	3	3	2	5	3	33



97	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
99	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	47
100	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	4	45
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
102	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	41
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
104	3	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	32
105	4	4	2	4	4	5	3	4	4	4	4	42
106	2	2	2	4	4	4	2	5	5	5	4	39
107	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	45
108	4	4	3	5	2	5	2	4	4	4	4	41
109	4	2	4	3	2	3	2	2	2	3	4	31
110	5	4	2	5	5	5	3	4	4	4	4	45
111	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	32
112	5	5	4	5	5	4	2	4	4	4	4	46
113	4	2	4	3	2	3	2	2	2	3	4	31
114	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	25
115	5	3	2	4	4	2	4	4	2	5	2	38
116	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	3	33
117	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	41
118	4	4	3	2	3	4	2	4	4	4	2	36
119	2	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	34
120	4	4	3	4	3	2	4	3	4	2	4	35
121	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
123	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	46
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
125	4	4	4	5	2	4	3	4	4	4	4	42
126	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	43
127	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	43
128	4	4	3	4	3	2	4	2	4	4	2	36
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
130	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	34
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
132	4	4	4	4	4	2	4	2	2	3	2	35
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
134	4	4	3	5	5	2	4	4	4	4	4	43
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
136	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	28
137	2	2	4	2	4	4	2	4	4	2	2	32

138	4	4	2	5	5	5	2	4	4	4	4	40
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44

C. Tabulasi Data Responden Variabel Keamanan ( $X_2$ )

No Responden	Keamanan ( $X_2$ )						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	2	4	4	20
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	5	27
5	2	4	4	4	4	5	23
6	2	4	4	4	4	4	22
7	2	4	4	2	4	4	20
8	5	4	4	4	4	4	25
9	2	4	4	4	4	4	22
10	4	4	4	5	5	5	27
11	2	4	4	2	4	4	20
12	4	2	4	3	2	3	18
13	4	2	4	2	4	5	21
14	4	4	4	4	4	4	24
15	2	4	4	3	2	3	18
16	4	4	4	4	2	4	22
17	4	4	4	4	4	4	24
18	2	4	4	2	4	4	20
19	4	4	4	3	4	2	21
20	4	4	4	2	4	4	22
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	3	4	2	21
24	2	4	4	2	4	4	20
25	4	4	4	4	4	4	24
26	2	4	4	2	4	4	20
27	4	4	2	3	2	3	18
28	4	4	4	4	4	4	24
29	2	4	4	4	4	4	22
30	2	4	4	2	4	4	20
31	2	4	4	4	4	4	22
32	2	2	4	4	4	4	20
33	2	4	4	4	4	4	22

34	2	2	4	4	2	4	18
35	2	2	4	2	2	4	16
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	2	2	2	3	17
38	3	2	4	4	4	5	22
39	4	2	4	4	4	5	23
40	4	4	4	4	4	4	24
41	2	2	4	3	4	5	20
42	2	2	4	2	4	5	19
43	4	4	4	4	4	4	24
44	2	2	5	5	5	3	22
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	4	4	4	25
47	4	2	4	4	4	5	23
48	4	4	4	4	4	4	24
49	2	2	4	4	4	5	21
50	2	2	4	3	4	5	20
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	2	4	5	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	2	2	4	4	4	4	20
55	4	3	4	3	4	5	23
56	3	2	4	4	4	4	21
57	4	4	4	4	4	3	23
58	4	4	4	3	4	4	23
59	4	4	4	4	4	4	24
60	2	2	4	3	4	5	20
61	2	4	4	3	4	5	22
62	4	4	4	4	4	4	24
63	2	2	4	4	4	5	21
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	4	4	4	4	5	24
66	2	2	4	2	4	5	19
67	3	3	4	4	2	5	21
68	4	4	4	4	4	4	24
69	2	2	4	2	3	4	17
70	4	4	4	4	4	4	24
71	2	3	4	2	4	5	20
72	4	5	4	4	3	4	24

73	4	4	4	4	4	5	25
74	4	2	4	3	4	5	22
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	5	25
77	4	4	4	4	4	4	24
78	2	3	4	3	4	5	21
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	2	4	4	2	20
81	2	2	4	2	4	5	19
82	2	2	4	4	4	5	21
83	4	4	4	4	4	4	24
84	2	2	4	3	4	5	20
85	4	4	2	2	3	2	17
86	2	2	4	3	4	5	20
87	2	2	4	4	4	5	21
88	4	2	4	4	4	4	22
89	3	2	4	3	4	5	21
90	4	4	4	4	4	4	24
91	2	4	4	3	4	5	22
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	2	4	5	23
94	2	2	4	2	4	5	19
95	2	2	4	2	4	5	19
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	5	25
99	4	4	4	2	4	4	22
100	2	2	4	2	4	5	19
101	4	4	4	4	4	4	24
102	3	2	4	2	4	5	20
103	4	2	4	2	2	5	19
104	4	2	2	2	4	4	18
105	4	4	4	4	4	4	24
106	5	4	4	4	4	4	25
107	2	4	4	4	4	4	22
108	2	4	4	2	4	4	20
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	4	4	24
111	4	4	4	4	4	4	24

112	4	4	2	4	4	4	22
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	4	4	4	4	4	24
115	4	4	4	4	4	4	24
116	2	4	4	4	4	5	23
117	4	4	4	5	4	4	25
118	4	4	4	2	2	4	20
119	4	4	4	4	4	5	25
120	4	4	4	4	4	4	24
121	4	4	4	4	4	4	24
122	4	4	5	5	2	4	24
123	4	4	4	4	4	4	24
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	4	4	4	24
126	3	2	4	3	4	5	21
127	2	3	4	4	4	2	19
128	2	4	4	4	4	4	22
129	5	4	4	4	4	5	26
130	4	4	4	4	4	4	24
131	5	5	5	5	4	5	29
132	4	4	4	4	4	4	24
133	4	4	5	3	3	4	23
134	5	5	5	5	5	5	30
135	3	4	4	4	4	5	24
136	4	4	4	4	4	4	24
137	4	4	4	4	4	4	24
138	2	4	4	4	4	4	22
139	4	4	4	4	4	4	24

D. Tabulasi Data Responden Variabel Kepercayaan ( $X_3$ )

No Responden	Tingkat Kepercayaan ( $X_3$ )						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	4	3	4	4	4	23
2	4	4	4	4	4	4	24
3	2	4	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	1	1	2	2	2	2	10
7	4	4	4	4	4	4	24

8	2	4	2	4	4	4	20
9	2	2	3	4	4	4	19
10	4	4	4	4	4	4	24
11	2	4	3	4	4	4	21
12	2	4	3	4	4	5	22
13	4	4	2	4	4	3	21
14	4	4	4	4	4	4	24
15	2	4	4	2	4	4	20
16	2	4	4	2	4	4	20
17	4	4	4	2	4	4	22
18	4	4	4	4	4	4	24
19	2	4	4	4	4	4	22
20	2	4	4	2	4	4	20
21	2	4	4	4	4	4	22
22	4	2	2	4	2	2	16
23	4	4	4	4	4	4	24
24	2	4	4	4	4	4	22
25	2	4	3	3	4	3	19
26	2	4	4	4	4	4	22
27	4	4	2	3	4	4	21
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	2	2	4	2	2	16
32	2	4	4	2	4	4	20
33	2	4	3	3	4	4	20
34	2	2	4	2	4	4	18
35	2	4	4	4	4	4	22
36	2	4	4	2	2	4	18
37	2	4	4	4	4	4	22
38	4	4	3	4	4	4	23
39	4	2	4	2	2	3	17
40	2	4	4	2	4	4	20
41	5	5	4	2	2	3	21
42	2	4	4	4	4	4	22
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	2	4	4	4	4	4	22
46	2	4	4	2	4	4	20
47	3	4	3	3	4	3	20
48	4	4	4	4	4	4	24

49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	2	4	2	4	3	18
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	5	25
54	2	4	4	4	4	5	23
55	2	4	4	4	4	4	22
56	4	4	4	2	4	4	22
57	3	3	4	3	3	3	19
58	4	4	4	4	4	4	24
59	2	2	4	2	3	4	17
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	4	3	4	3	4	21
64	2	4	4	4	4	4	22
65	4	4	3	3	4	4	22
66	4	4	4	4	4	4	24
67	2	4	3	4	4	4	21
68	4	4	4	4	4	4	24
69	3	4	3	4	4	5	23
70	2	4	2	4	4	5	21
71	4	4	3	4	3	2	20
72	2	4	3	4	4	4	21
73	2	4	4	2	4	4	20
74	3	4	4	3	4	4	22
75	3	4	4	4	4	4	23
76	4	2	2	2	4	2	16
77	2	3	3	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	3	4	4	4	23
80	3	4	4	4	4	4	23
81	3	4	4	4	3	3	21
82	4	4	3	4	4	4	23
83	3	4	3	4	4	4	22
84	4	4	4	4	4	4	24
85	2	3	3	4	4	4	20
86	2	4	3	4	4	4	21
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	2	2	4	4	20
89	4	2	4	3	3	3	19

90	2	4	4	2	5	4	21
91	2	4	3	4	4	4	21
92	3	2	2	4	4	4	19
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	3	4	4	5	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	3	4	4	4	4	4	23
97	2	4	2	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	4	24
99	2	3	3	4	4	4	20
100	4	2	4	4	3	2	19
101	3	2	2	4	4	2	17
102	2	4	4	2	2	3	17
103	4	4	2	4	4	4	22
104	4	4	4	4	4	4	24
105	2	4	4	2	4	4	20
106	4	4	4	5	4	5	26
107	4	4	4	4	4	4	24
108	4	4	4	4	4	3	23
109	4	4	2	2	2	4	18
110	2	2	4	4	4	4	20
111	4	4	4	4	4	4	24
112	3	4	4	4	4	4	23
113	2	4	4	2	4	4	20
114	4	4	4	4	4	4	24
115	2	4	3	4	4	4	21
116	3	4	3	4	4	4	22
117	4	4	4	4	4	4	24
118	4	4	2	2	2	4	18
119	3	2	3	2	2	2	14
120	2	3	3	4	4	4	20
121	2	4	4	2	4	4	20
122	4	3	3	2	2	2	16
123	4	4	4	4	4	4	24
124	2	4	3	4	4	4	21
125	2	4	3	4	4	4	21
126	3	4	3	4	4	4	22
127	2	3	3	4	4	4	20
128	2	3	3	4	4	4	20
129	4	4	4	4	4	4	24
130	2	4	3	4	4	4	21



131	4	4	4	4	4	4	24
132	3	4	4	4	4	4	23
133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	4	4	4	4	4	24
135	4	4	4	4	4	4	24
136	2	3	3	4	4	4	20
137	4	4	4	4	4	4	24
138	2	4	2	4	4	4	20
139	4	4	4	4	4	4	24

**Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Variabel Y**

		Correlations								Penggunaan aan_Online _Banking
		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	
B1	Pearson Correlation	1	-.030	.152	.102	.355*	.045	.017	.057	.409**
	Sig. (2-tailed)		.725	.075	.231	.000	.599	.841	.502	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B2	Pearson Correlation	-.030	1	.229*	.487*	.126	.435*	.313*	.290*	.536**
	Sig. (2-tailed)	.725		.007	.000	.139	.000	.000	.001	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B3	Pearson Correlation	.152	.229*	1	.202*	.407*	.236*	.294*	.423*	.634**
	Sig. (2-tailed)	.075	.007		.017	.000	.005	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B4	Pearson Correlation	.102	.487*	.202*	1	.317*	.625*	.196*	.164	.589**
	Sig. (2-tailed)	.231	.000	.017		.000	.000	.021	.053	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B5	Pearson Correlation	.355*	.126	.407*	.317*	1	.371*	.187*	.252*	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.139	.000	.000		.000	.027	.003	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B6	Pearson Correlation	.045	.435*	.236*	.625*	.371*	1	.358*	.263*	.651**
	Sig. (2-tailed)	.599	.000	.005	.000	.000		.000	.002	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B7	Pearson Correlation	.017	.313*	.294*	.196*	.187*	.358*	1	.607*	.613**
	Sig. (2-tailed)	.841	.000	.000	.021	.027	.000		.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B8	Pearson Correlation	.057	.290*	.423*	.164	.252*	.263*	.607*	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.502	.001	.000	.053	.003	.002	.000		.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139

Penggunaan_Online_Banking	Pearson Correlation	.409*	.536*	.634*	.589*	.678*	.651*	.613*	.655*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139

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

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

### Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Variabel X1

Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	Kebermanfaatan
B1	Pearson Correlation	1	.598**	.475**	.422**	.341**	.384**	.330**	.440**	.414**	.449**	.518**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B2	Pearson Correlation	.598**	1	.496**	.615**	.418**	.540**	.416**	.499**	.532**	.494**	.577**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B3	Pearson Correlation	.475**	.496**	1	.406**	.317**	.452**	.324**	.431**	.559**	.399**	.580**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B4	Pearson Correlation	.422**	.615**	.406**	1	.468**	.647**	.272**	.425**	.624**	.557**	.563**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B5	Pearson Correlation	.341**	.418**	.317**	.468**	1	.416**	.230**	.403**	.468**	.425**	.383**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B6	Pearson Correlation	.384**	.540**	.452**	.647**	.416**	1	.228**	.529**	.665**	.545**	.614**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.007	.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B7	Pearson Correlation	.330**	.416**	.324**	.272**	.230**	.228**	1	.338**	.303**	.329**	.339**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.006	.007		.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B8	Pearson Correlation	.440**	.499**	.431**	.425**	.403**	.529**	.338**	1	.725**	.617**	.642**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B9	Pearson Correlation	.414**	.532**	.559**	.624**	.468**	.665**	.303**	.725**	1	.579**	.633**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B10	Pearson Correlation	.449**	.494**	.399**	.557**	.425**	.545**	.329**	.617**	.579**	1	.687**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
B11	Pearson Correlation	.518**	.577**	.580**	.563**	.383**	.614**	.339**	.642**	.633**	.687**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139
Kebermanfaatan	Pearson Correlation	.655**	.763**	.675**	.748**	.615**	.749**	.525**	.754**	.809**	.762**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139	139

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

## Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Variabel X2

Correlations

		Butir1	Butir2	Butir3	Butir4	Butir5	Butir6	Keamanan
Butir1	Pearson Correlation	1	.471**	1.000**	.380**	1.000**	-.192*	.943**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.023	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir2	Pearson Correlation	.471**	1	.471**	.333**	.471**	-.350**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir3	Pearson Correlation	1.000**	.471**	1	.380**	1.000**	-.192*	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.023	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir4	Pearson Correlation	.380**	.333**	.380**	1	.380**	-.081	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.344	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir5	Pearson Correlation	1.000**	.471**	1.000**	.380**	1	-.192*	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.023	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir6	Pearson Correlation	-.192*	-.350**	-.192*	-.081	-.192*	1	-.070
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.023	.344	.023		.415
	N	139	139	139	139	139	139	139
Keamanan	Pearson Correlation	.943**	.614**	.943**	.587**	.943**	-.070	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.415	
	N	139	139	139	139	139	139	139

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

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

**Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Variabel X3**

**Correlations**

		Butir1	Butir2	Butir3	Butir4	Butir5	Butir6	Kepercayaan
Butir1	Pearson Correlation	1	-.192 <sup>*</sup>	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	-.192 <sup>*</sup>	-.192 <sup>*</sup>	.155
	Sig. (2-tailed)		.023	.023	.000	.023	.023	.068
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir2	Pearson Correlation	-.192 <sup>*</sup>	1	1.000 <sup>**</sup>	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1.000 <sup>**</sup>	.940 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023		.000	.023	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir3	Pearson Correlation	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1.000 <sup>**</sup>	.940 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.000		.023	.000	.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir4	Pearson Correlation	1.000 <sup>**</sup>	-.192 <sup>*</sup>	-.192 <sup>*</sup>	1	-.192 <sup>*</sup>	-.192 <sup>*</sup>	.155
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.023		.023	.023	.068
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir5	Pearson Correlation	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1.000 <sup>**</sup>	-.192 <sup>*</sup>	1	1.000 <sup>**</sup>	.940 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000	.023		.000	.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Butir6	Pearson Correlation	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1.000 <sup>**</sup>	-.192 <sup>*</sup>	1.000 <sup>**</sup>	1	.940 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.000	.023	.000		.000
	N	139	139	139	139	139	139	139
Kepercayaan	Pearson Correlation	.155	.940 <sup>**</sup>	.940 <sup>**</sup>	.155	.940 <sup>**</sup>	.940 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.000	.068	.000	.000	
	N	139	139	139	139	139	139	139

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

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

## Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, dan Y

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Persepsi Kebermanfaatan)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	12

Hasil Uji Reabilitas Variabel X2 (Keamanan)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	7

Hasil Uji Reabilitas Variabel X3 (Tingkat Kepercayaan)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	7

Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Penggunaan Online Banking)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	9

## Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		139
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.86462081
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.041
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

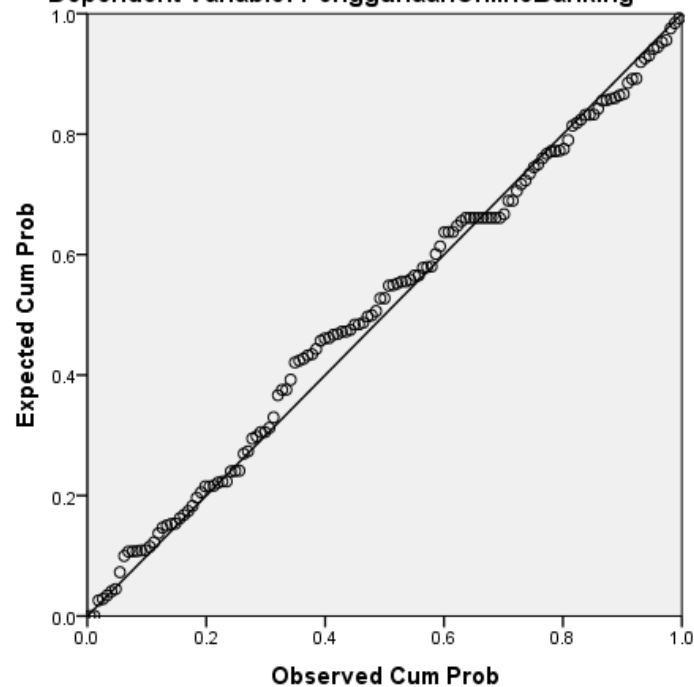
c. Lilliefors Significance Correction.

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

### Grafik P-Plot

#### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking



## Lampiran 9 : Hasil Uji Multikoleniaritas

### Hasil Uji Multikoleniaritas

**Model Summary<sup>b</sup>**

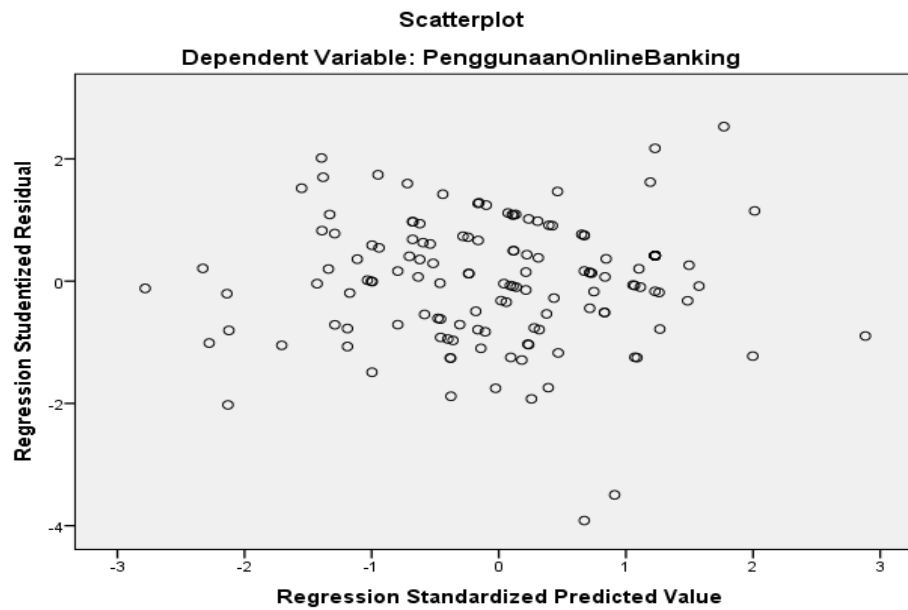
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 <sup>a</sup>	.264	.247	3.45072

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, Kebermanfaatan

b. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

## Lampiran 10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatter Plot

### Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatter Plot





### Lampiran 11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.514 <sup>a</sup>	.264	.247	3.45072

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keamanan, Kebermanfaatan

b. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

### Lampiran 12 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda

#### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.991	3.845		.518	.605		
	Kebermanfaatan	.118	.039	.224	3.017	.003	.987	1.014
	Keamanan	.406	.117	.257	3.463	.001	.989	1.011
	TingkatKepercayaan	.568	.116	.362	4.887	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

### Lampiran 13 : Hasil Uji T

#### Hasil Uji T

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.991	3.845		.518	.605
	Kebermanfaatan	.118	.039	.224	3.017	.003
	Keamanan	.406	.117	.257	3.463	.001
	TingkatKepercayaan	.568	.116	.362	4.887	.000

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

## Lampiran 14 : Hasil Uji F

### Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	576.035	3	192.012	16.125	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1607.505	135	11.907		
	Total	2183.540	138			

a. Dependent Variable: PenggunaanOnlineBanking

b. Predictors: (Constant), TingkatKepercayaan, Keamanan, Kebermanfaatan

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ayu Namora Sitorus  
Tempat, Tgl Lahir : D.Sijabut, 18 Agustus 1997  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : D.Sijabut Dusun VI, Air Batu, Asahan, Sumatera Utara  
Status : Belum Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. Hp : 085720437985  
Email : ayusitorus99@gmail.com

### PENDIDIKAN

1. TK : Panti Budaya Kisaran
2. SD : SD Negeri 010083 Kisaran
3. SMP : SMP Negeri 1 Sei Dadap
4. SMA : SMA Negeri 2 Kisaran
5. S1 : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

### LATAR BELAKANG KELUARGA

1. Ayah : Leo Lister Sitorus  
Tempat, Tanggal Lahir : Kisaran, 16 Agustus 1956  
Pekerjaan : Wirausaha
2. Ibu : Suginem  
Tempat, Tanggal Lahir : Rea Santun, 16 Januari 1961  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
3. Adik : Oris Nauli Sitorus  
Tempat, Tanggal Lahir : D.Sijabut , 13 Agustus 1999  
Pekerjaan : Mahasiswi
4. Adik : Astrid Anggia Sitorus  
Tempat, Tanggal Lahir : Kisaran, 08 Maret 2004  
Pekerjaan : Pelajar





