

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN  
DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-BANKING*  
PADA BANK UMUM SYARIAH  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
Walisongo Semarang)”.**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Meengkapi Syarat  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

**MAYA QORRI AINA**

NIM 1705026197

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
2020**

**Heny Yuningrum, S.E., M.Si**

Tanjung Sari RT/RW 07/05 Tambak Aji, Ngaliyan, Semarang

**Zuhdan Adv Fataron, S.T., MM**

Bukit Beringin Selatan , Blok F No. 22 Ngaliyan

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Maya Qorri Aina

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamualaium Wr. Wb.*

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

Nama : Maya Qorri Aina

NIM : 1705026197

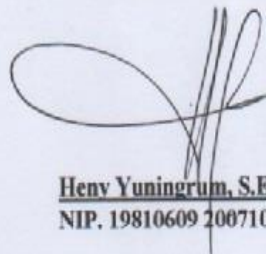
Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang).

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

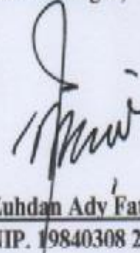
Semarang, 11 Maret 2020

Pembimbing I,



**Heny Yuningrum, S.E., M. Si**  
NIP. 19810609 200710 2 005

Pembimbing II,



**Zuhdan Adv Fataron, S.T., MM**  
NIP. 19840308 201503 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Prof. Dr. Hamka, Kampus III Ngaliyan, Telp. /Fax. (024) 7608454 Semarang 50185*

**PENGESAHAN**

Nama : Maya Qorri Aina  
NIM : 1705026197  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-banking* Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang).

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

**15 April 2020**

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir, guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 15 April 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.

NIP. 19700321 199603 1 003

Penguji I

Dr. H. Muchlis, M.Si

NIP. 19610117 198803 1 002

Pembimbing I

Heny Yuningrum, S.E., M.Si.

NIP. 19810609 200710 2 005

Sekretaris Sidang

Heny Yuningrum, S.E., M.Si.

NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji II

H. Much. Fauzi, S.E., M.M.

NIP. 19730217 200604 1 001

Pembimbing II

Zuhdan Ady Fataron, S.T., M.M.

NIP. 19840308 201503 1 003



## MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ  
نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ  
الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ (رواه  
مسلم)

*“Dari Abu Hurairah Radhiallahuanhu, dari Rasulullah wasallam bersabda :  
Siapa yang menyelesaikan kesulitan seorang mu'min dari berbagai kesulitan-  
kesulitan dunia, niscaya Allah akan memudahkan kesulitan-kesulitannya hari  
kiamat. Dan siapa yang memudahkan orang yang sedang kesulitan niscaya akan  
Allah mudahkan baginya di dunia dan akhirat.” (H. R. Muslim)*

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada diri penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW, beserta para sahabat-Nya yang kita nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah*, Aamiin.

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak luput dari berbagai hambatan yang harus dilalui dan keberhasilan yang diperoleh ini bukan serta-merta atas hasil kerja keras penulis sendiri, melainkan dari dorongan, dukungan serta arahan dari pihak lain. Oleh karena itu, skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua, Bapak Suwarto dan Ibu Nunung Rohainah serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan *support* dan doa kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Teruntuk dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktunya dan dengan sabar membimbing penulis. Dan para sahabat yang setia menemani selama proses pengerjaan skripsi, serta teman seperjuangan yang bekerja keras menyelesaikan skripsi untuk wisuda.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 11 Maret 2020

Deklarator,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maya Qorri Aina', with a horizontal line underneath and a small mark to the right.

Maya Qorri Aina

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Di dalam skripsi transliterasi merupakan hal yang sangat penting karena banyaknya istilah-istilah Arab, judul buku, nama orang maupun lembaga yang seharusnya ditulis menggunakan huruf Arab namun harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjaga konsistensi, maka perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

ع = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

### B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

### C. Diftong

أَيّ = ay

أَوْ = aw

### D. Syaddah (-)

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda misalnya الطَّبّ *al-thibb*.

### E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. *Al*-ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

### F. Ta'Marbuthah (ة)

Setiap *ta'marbuthah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat menuntut industri perbankan memiliki keunggulan kompetitif. Teknologi *e-banking* merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan bank syariah kepada nasabahnya. Dengan teknologi informasi ini nasabah dapat melakukan transaksi darimana dan kapan saja dengan cepat dan mudah. Penelitian ini didasarkan pada permasalahan mengenai kurangnya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada bank syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh angkatan 2015-2017 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan metode pengambilan sampel dilakukan secara *simple random sampling* yaitu sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada. Sampel yang diambil sebanyak 100 mahasiswa. Pengujian dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank syariah dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank syariah dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,360 > 0,05$ . Dan variabel keamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank syariah dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ .

Kata Kunci: kemudahan, kepercayaan, keamanan, minat, *e-banking*.

## ABSTRACT

The technological development rapidly requires the banking industry to have competitive advantage. *E-banking* technology is one of service provided by islamic banks to their customers. With this information technology, customers can conduct transactions from anywhere and at any time quickly and easily. This research is based on the problem regarding the lack of interest of UIN Walisongo Faculty of Economics and Islamic Business students in using *e-banking* in Islamic banks. This research aims to analyze the effect of perception of ease, trust and security on the interests of students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Walisongo in using *e-banking* at Islamic banks.

The population of this research is all generation of 2015-2017 students of Faculty of Economics and Islamic Business UIN Walisongo. This type of research is quantitative and the method of sampling is done by simple random sampling, that is, sample is taken by random manner without regard to existing standards. Samples taken as many as 100 students. Data testing and processing is done using the SPSS version 23.0 program.

The analysis shows that the ease variabel is significant positive effect on the interests of students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Walisongo in using *e-banking* at Islamic banks, as evidenced by the significance level of  $0.000 < 0.05$ . While the trust variabel is not significant possitive effect on the interests of students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Walisongo in using *e-banking* at Islamic banks as evidenced by the significance level of  $0,360 > 0,05$ . And the safety variabel is significant positive effect on the interests of students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Walisongo in using *e-banking* at Islamic banks, as evidenced by the significance level of  $0.004 < 0.05$

Keywords: ease, trust, safety, interests, *e-banking*.

## ملخص

يتطلب التطور التكنولوجي بسرعة أن تتمتع الصناعة المصرفية بميزة تنافسية. إن تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية هي إحدى الخدمات التي تقدمها البنوك الإسلامية لعملائها. مع هذا تكنولوجيا المعلومات ، يمكن للعملاء إجراء المعاملات من أي مكان وفي أي وقت بسرعة وسهولة. يعتمد هذا البحث على مشكلة عدم اهتمام طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية UIN Walisongo باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير إدراك السهولة والثقة والأمن على اهتمامات طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية UIN Walisongo في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية.

سكان هذا البحث هو كل طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية UIN Walisongo جيل 2015-2017. هذا النوع من البحث كمي ويتم طريقة أخذ العينات عن طريق أخذ عينات عشوائية بسيطة يعني يتم أخذ العينات بطريقة عشوائية دون النظر إلى المعايير الحالية. أخذت عينات تصل إلى 100 طالب. يتم اختبار البيانات ومعالجتها باستخدام برنامج SPSS الإصدار 23.0.

يظهر التحليل أن سهولة المتغيرات لها تأثير إيجابي كبير على مصالح طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية UIN Walisongo في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية ، كما يتضح من مستوى الأهمية  $0.000 < 0.05$ . في حين أن متغير الثقة ليس له تأثير كبير على اهتمامات طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية UIN Walisongo في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية كما يتضح من مستوى الأهمية البالغ  $0.360 < 0.05$ . متغير الأمان هو تأثير إيجابي كبير على اهتمامات كلية UIN Walisongo للاقتصاد والأعمال الإسلامية في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية ، كما يتضح من مستوى الأهمية  $0.004 < 0.05$ .

الكلمات الرئيسية: سهولة ، الثقة ، السلامة ، المصالح ، الخدمات المصرفية الإلكترونية

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr wb.*

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat iman, islam kepada kita semua sehingga sampai saat kita masih diberikan kesehatan lahir dan batin. Semoga kita tetap dalam lindungan dan ridho Allah SWT.

Sholawat dan salam kita curahkan kepada junjungan Agung Nabi Muhammad SAW yang mana telah menuntun kita dari zaman kegelapan yakni zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni *ad-din al islam wal iman* dan yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah*.

*Alhamdulillah*, dengan penuh rasa syukur penulis ucapkan karena dapat menyelesaikan sebuah karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA BANK UMUM SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG)” dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini bukan serta-merta hasil jerih payah penulis, tetapi karena adanya dukungan, bantuan, serta doa dari semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Oleh sebab itu, sudah sepatutnya penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah bekerja keras mendidik dari nol sampai sekarang, tak henti-hentinya memanjatkan do'a untuk penulis dengan harapan agar penulis mampu menempuh pendidikan yang lebih baik.
2. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

4. Bapak Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Nurudin, SE., MM selaku Sekretaris Jurusan Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si dan Bapak Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM., selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sudah memberikan ilmu serta bantuan kepada penulis selama menempuh masa studi.
8. Seluruh mahasiswa FEBI UIN Walisongo yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis selama melakukan penelitian.
9. Ali Mas'ud, terimakasih atas ketulusan yang telah diberikan dalam membantu menyelesaikan segala permasalahan yang penulis hadapi.
10. Teman-teman seperjuangan penulis, terimakasih atas ketulusan, pengalaman dan kebersamaan yang telah kita lewati bersama.

Terimakasih atas doa dan kebaikan yang telah diberikan. Penulis hanya dapat mendo'akan semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfa'at, baik bagi penulis sendiri maupun bagi khalayak umum.

*Wassalamu 'alaikum wr wb.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiv
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xvi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xvii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	56
2.3 Hipotesis.....	61
2.4 Kerangka Teori.....	63
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	64
3.2 Populasi dan Sampel.....	65
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	67
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	70
3.5 Teknik Analisis Data.....	72
<b>BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	78
4.2 Gambaran Umum Responden.....	84

4.3 Analisis Data dan Interpretasi Data.....	86
4.4 Pembahasan.....	99

**BAB V : PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	104
5.3 Penutup.....	104

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

- 1.1 Pengguna *E-Banking* Posisi 31 Desember 2014
- 2.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
- 2.2 Identifikasi Gaya Hidup menurut Plummer
- 3.1 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan Tahun 2015-2018
- 3.2 Skor Pernyataan Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $Y$
- 3.3 Definisi Variabel Penelitian dan Pengukuran
- 4.1 Struktur Organisasi dan Kelembagaan FEBI UIN Walisongo
- 4.2 Program Studi Responden
- 4.3 Tingkat Semester Responden
- 4.4 Hasil Uji Validitas
- 4.5 Hasil Uji Reliabilitas
- 4.6 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov Smirnov
- 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas
- 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)
- 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi  $R^2$
- 4.11 Hasil Uji Signifikansi Simultan
- 4.12 Hasil Uji  $t$



## **DAFTAR GAMBAR**

- 2.1 Kerangka Teori
- 4.1 Uji Normalitas dengan Melihat Diagram Histogram

## DAFTAR LAMPIRAN

- 1.1 Kuesioner
- 1.2 Data Tabulasi Variabel Kemudahan (X1)
- 1.3 Data Tabulasi Variabel Kepercayaan (X2)
- 1.4 Data Tabulasi Variabel Keamanan (X3)
- 1.5 Data Tabulasi Minat Menggunakan *E-banking* Bank Umum Syariah (Y)
- 1.6 Hasil Olah Data
  - 1.6.1 Uji Validitas
  - 1.6.2 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
  - 1.6.3 Uji Multikolinieritas
- 1.7 Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai alat komunikasi masa kini seperti *smartphone*, dimana setiap individu dapat memproduksi, mengolah, mengirim, serta menerima segala macam bentuk pesan komunikasi dimanapun dan kapanpun tanpa mengenal adanya batasan ruang dan waktu yang mana telah memacu adanya perkembangan di sektor media massa yang merupakan bagian dari komponen komunikasi. Alhasil, serbuan informasi yang diperoleh dari media massa, baik cetak ataupun elektronik mulai terasa. Tanpa disadari, kita telah berada dalam suatu kondisi yang penuh akan informasi. Hal ini tentu memberikan dampak tertentu bagi masyarakat, baik positif ataupun negatif. Namun, tentu yang harus diwaspadai yaitu dampak negatif dari pesatnya perkembangan teknologi yang secara tidak langsung mulai memasuki kehidupan masyarakat. Sebagai catatan, dalam beberapa dekade terakhir perkembangan arus informasi dan media massa di Indonesia memang terbilang luar biasa.

Di dunia transaksi perbankanpun mulai menggunakan teknologi berbasis komputer dikarenakan teknologi yang semakin maju guna mempermudah transaksi dengan nasabah, yang awalnya melayani nasabah harus dengan bertatap muka atau nasabah datang ke cabang-cabang bank. Investasi menjadi lebih mudah karena bank mulai menggunakan teknologi berbasis komputer dan sekarang sudah bisa mengakses lewat internet bahkan dengan mobile “HP” dan dengan SMS yang sekarang sudah banyak diterapkan bank.<sup>1</sup>

Peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Semua sektor usaha baik sektor industri, perdagangan, pertanian,

---

<sup>1</sup>Aan Ansori, *Sistem Informasi Perbankan Syariah*, Jurnal Banque Syar’I Vol. 4 No. 01 Juli-Desember 2018, hlm. 184

perkebunan, jasa perumahan, dan lainnya sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam mengembangkan usahanya. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan. Dalam dunia perbankan, banyak inovasi layanan yang sudah dibentuk bertujuan untuk menarik dan memberikan layanan yang nyaman, aman dan mudah bagi nasabah, dengan perkembangan teknologi informasi saat ini telah menciptakan jenis dan peluang bisnis yang baru dan transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan jual beli dan transaksi.

Transaksi menggunakan media elektronik akan mendominasi sistem keuangan, kebutuhan ini semakin bertambah sesuai dengan kegiatan perdagangan secara elektronik. Di Indonesia, komputer dan internet mulai memasyarakat di tahun 1990. Meskipun demikian sebelum tahun 1990, ilmu elektro dan ilmu komputer mulai memasuki Indonesia termasuk juga di beberapa perguruan tinggi.

Sebagai sebuah jaringan terbesar di dunia, internet memberikan banyak manfaat di dalam kehidupan manusia pada berbagai elemen. Internet merupakan teknologi yang sangat umum digunakan saat ini, hampir semua jenis layanan dan aplikasi, baik di komputer desktop, komputer jinjing, hingga perangkat mobile terhubung ke internet. Hampir semua kegiatan dari

kerja hingga kegiatan santai dilakukan di internet oleh masyarakat di era digital ini.<sup>2</sup>

Aktivitas jasa perbankan akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan yang berasal dari *fee* atas jasa perbankan tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.<sup>3</sup>

Dalam upaya meningkatkan layanan konsep dasar teknologi informasi di industri perbankan dan mempermudah akses nasabah atau pelanggannya, perbankan menggunakan dan selalu meng-update teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya, dari berbagai bidang industri, perbankan merupakan perusahaan mengadopsi terbesar teknologi informasi, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal maupun untuk kepentingan nasabah.<sup>4</sup>

Saat ini perkembangan perbankan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang bermacam-macam, termasuk layanan *e-banking* (*electronic banking*). Hampir semua Bank Umum yang ada memiliki layanan *e-banking*, baik dengan jenis *delivery channel* yang sangat umum (seperti ATM) maupun dengan jenis *delivery channel* lainnya seperti SMS, *telephone*, EDC (*Electronic Data Capture*) dan juga internet. Hal ini sejalan dengan perkembangan media sosial dan kebijakan yang ada guna mewujudkan atau mengarahkan kepada masyarakat agar transaksi yang

---

<sup>2</sup>Dedi Hartawan, *Pengaruh Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah*, Jurnal I-Economic Vol. 3 No 2 Desember 2017, hlm. 149-150

<sup>3</sup>Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2010, hlm. 6

<sup>4</sup>Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001 hlm. 70

dilakukan tidak melulu menggunakan uang tunai (*less cash society*), sehingga banyak masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan modern yang lebih efisien dan efektif melalui *e-banking*.<sup>5</sup> Terciptanya produk *e-banking* didasarkan pada hadits Arba'in An-nawawi ke-36 yang berbunyi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ نَفَّسَ  
عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَّسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ،  
وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ (رواه مسلم)

“Dari Abu Hurairah Radhiallahuanhu, dari Rasulullah wasallam bersabda : Siapa yang menyelesaikan kesulitan seorang mu'min dari berbagai kesulitan-kesulitan dunia, niscaya Allah akan memudahkan kesulitan-kesulitannya hari kiamat. Dan siapa yang memudahkan orang yang sedang kesulitan niscaya akan Allah mudahkan baginya di dunia dan akhirat.” (H. R. Muslim)

Dalam dunia perbankan bukan hanya bank konvensional yang menggunakan sistem teknologi, melainkan bank-bank berbasis Syariah pun menggunakannya untuk memudahkan dalam segi pelayanan. *E-banking* merupakan aplikasi yang dibangun di atas infrastruktur teknologi informasi, sehingga kegiatan perbankan dapat dilangsungkan secara digital. Pemanfaatan *e-banking* dalam industri perbankan di Indonesia dimulai tahun 2000 oleh beberapa bank. Beberapa bank syariah yang ikut mengembangkan *mobile banking* sebagai produk yang berbasis internet diantaranya yaitu Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri (BSM), BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Mega Syariah, BCA Syariah dan yang lainnya. Dengan pemanfaatan *e-banking*, industri perbankan mulai memasuki dunia maya, transaksi dilakukan secara online melalui internet sehingga akan lebih fleksibel. Nasabah dapat melakukan pengecekan rekening, pemindahbukuan, transfer dana antar rekening dan

---

<sup>5</sup>Ojk.go.id, diakses pada 06 September 2019, pukul 13.35 WIB

pembayaran tagihan rutin dari rekeningnya melalui internet. Pemanfaatan *e-banking* tersebut merupakan dampak dari perkembangan *information and communication technology* (ICT) yaitu salah satu teknologi informasi dan komunikasi yang dimanfaatkan melalui internet yang dapat mendukung proses bisnis. Sampai dengan 31 Desember 2014 jumlah pengguna *e-banking* dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 1.1

Pengguna *E-Banking* Posisi 31 Desember 2014

Kartu Debit/ ATM	82,006,699
Kartu Kredit	5,771,002
Kartu <i>E-money</i>	9,778,145
Pengguna Internet Banking	8,507,458
Pengguna <i>Mobile Banking</i>	14,738,817

Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Setiap tahunnya, transaksi yang dilakukan melalui *e-banking* mengalami peningkatan yang cukup besar. Berdasarkan data 13 bank besar di Indonesia, pada tahun 2013 frekuensi transaksi melalui *e-banking* yang tadinya sebanyak 3,79 Milyar transaksi dengan nilai nominal Rp 4.441 Trilyun, bertambah menjadi 4,73 Milyar transaksi dengan nilai nominal Rp 5.495 Trilyun, sedangkan tahun 2014 frekuensi transaksi meningkat menjadi 5,69 Milyar transaksi dengan nilai nominal Rp 6.447 Trilyun. Begitupun dengan bank syariah, Bank Muamalat misalnya, Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama yang hadir di Indonesia. Tercatat hingga akhir 2013 pertumbuhan pengguna *internet banking* Bank Muamalat sebesar 68,5% dari 19.674 pada 2012 menjadi 33.151 dan pengguna *mobile banking* Bank Muamalat juga menunjukkan pertumbuhan menjadi 27.439 di 2013 dari 13.178 pada 2012. Selain Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri

merupakan salah satu bank berbasis syariah terbesar di Indonesia. Tercatat per tanggal 27 Juli 2017 jumlah pengunduh aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri pada *play store* mencapai lebih dari 100 ribu unduhan dengan rata-rata penilaian 3,8 dari 5,0 bintang. Penilaian tersebut berasal dari 9.386 pengguna. Sedangkan pada Juni 2020 jumlah pengunduh aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan mencapai lebih dari 1 juta unduhan dengan rata-rata penilaian 4,2 dari 5,0 dengan jumlah pengguna sebanyak 14.625. Sedangkan komposisi transaksi melalui BRIS *Online* pada Bank BRI Syariah mengalami peningkatan selama 2020. Hingga akhir Mei 2020, total transaksi dilakukan melalui aplikasi *mobile BRIS online* mencapai 78,6% dari total transaksi keseluruhan. Diikuti transaksi melalui anjungan tunai mandiri (ATM) sebesar 15,81% dan sisanya melalui *teller* serta *internet banking*. Hal ini juga dirasakan oleh BNI Syariah dimana pada tahun 2020 jumlah orang yang membuka rekening dari rumah masing-masing via *e banking* jumlahnya kurang lebih 5 ribu orang per bulan. Ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 ini sistem *new normal life* akan mengubah kebiasaan nasabah, dimana transaksi perbankan Sebagian besar akan dilakukan secara digital melalui *mobile banking* atau *internet banking*.

Pertumbuhan tersebut mempunyai potensi terus meningkat sejalan dengan cenderungnya layanan bank yang menuju kepada bank digital. Hal tersebut dikarenakan layanan *e-banking* mempunyai beragam fitur yang menarik dan mudah digunakan serta memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, seperti pengecekan saldo, transfer baik ke sesama bank maupun antar bank, pembayaran tagihan berupa internet, telepon, listrik, air, dll, pembayaran tiket kereta bahkan penerbangan, dan virtual account. Di sisi lain maraknya bisnis daring (*online shop*) serta pertumbuhan jenis dan jumlah *smartphone* yang semakin meningkat telah memberikan andil dalam pertumbuhan transaksi melalui *e-banking*.

Pertumbuhan *e-banking* yang didukung dengan perkembangan teknologi, media sosial dan pola hidup masyarakat memberikan manfaat bagi industri



perbankan antara lain menghasilkan pendapatan dari *fee-based income*, mengurangi biaya transaksi, pengembangan bisnis, dan meningkatkan kepercayaan/loyalitas nasabah. Penggunaan *e-banking* juga memberikan kenyamanan dan kemudahan bertransaksi secara bebas, tidak terbatas oleh waktu dan lokasi, khusus untuk internet banking layanannya dapat dinikmati oleh nasabah *anytime, anywhere, dan by anydevice*. Faktor keamanan perlu mendapatkan perhatian yang cukup untuk meminimalkan potensi penyalahgunaan atau *fraud* melalui *e-banking*. Sebagai contoh, meskipun layanan internet banking dapat dinikmati oleh nasabah *anytime, anywhere, dan by any device*, tetapi dilengkapi dengan OTP (*One Time Password*), yaitu kode yang hanya dapat diperoleh melalui perangkat tertentu yang dimiliki oleh nasabah dan password, yaitu sesuatu yang hanya diketahui oleh nasabah.<sup>6</sup>

Sebagai Universitas Islam, UIN Walisongo Semarang membekali mahasiswa ilmu agama yang lebih dominan dibandingkan Universitas lain pada umumnya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah salah satu fakultas yang berada didalamnya. Dalam perkuliahan FEBI, mahasiswa telah mengampu beberapa mata kuliah yang berkaitan tentang keuangan maupun perbankan sehingga mahasiswa FEBI memiliki ilmu pengetahuan yang sesuai mengenai penelitian ini berkaitan dengan *e-banking* pada bank syariah. Selain itu, penelitian ini merupakan kajian ekonomi syariah sehingga penulis memilih FEBI yang dianggap memiliki nilai syariah. Namun fakta di lapangan, tidak semua mahasiswa FEBI mempunyai *e-banking* di bank syariah.

Kemudahan adalah salah satu faktor penting bagi pengguna dalam bertransaksi menggunakan *e-banking*. Dengan waktu dan tempat yang fleksibel, pengguna dapat menggunakan *e-banking* kapan saja dan dimana saja. Selain itu, *e-banking* dapat digunakan dengan mudah tanpa kesulitan dalam bertansaksi. Bank menyediakan layanan *Electronic banking* atau *e-banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif

---

<sup>6</sup>Ojk.go.id, diakses pada 06 September 2019, pukul 13.35 WIB

media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ATM, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Apalagi sekarang terdapat fitur ‘buka rekening baru’ melalui *m banking*, sehingga bagi calon nasabah yang ingin membuka rekening baru tidak perlu repot-repot bahkan antri ke bank untuk mendaftar. Pengertian kemudahan dalam menggunakan *e-banking* meliputi *easy to learn, easy to use, clear and understandable* dan *become skinfull*. Apabila jasa layanan perbankan di persepsikan mudah, maka nasabah akan terdorong untuk menggunakan fasilitas *e-banking*. Sebagaimana hasil penelitian Gilang Rizky Amijaya yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang menggunakan internet banking. Namun hal ini tidak sesuai dengan fakta di lapangan, setelah melakukan penelitian terhadap 60 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, hanya 20% mahasiswa yang menggunakan *e-banking* di bank syariah, selebihnya mereka memilih menggunakan *e-banking* di bank konvensional bahkan sebagian memilih tidak menggunakan *e-banking*.

Kepercayaan menurut Mowen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan meliputi hubungan yang stabil antara pihak bank dan nasabah, kepercayaan akan timbul apabila nasabah telah merasakan kepuasan karena telah menggunakan fasilitas *e-banking*. Persepsi 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 menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan *e-banking* dalam transaksi perbankan. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan nasabah terhadap teknologi *e-banking* suatu perbankan sangat menentukan keputusan nasabah dalam menggunakan

layanan *e-banking*. Konsep kepercayaan yang dimaksud yaitu nasabah percaya terhadap kemampuan pihak bank dalam menjamin nasabah merasa aman dan tidak dirugikan, salah satu caranya yaitu dengan menjaga nama baik perbankan tersebut (*good will*). Hasil penelitian Brian Dwi Saputro dan Sukirno menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. Namun pada faktanya, setelah peneliti melakukan wawancara kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, mereka lebih memilih transaksi secara konvensional yaitu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan. Hal ini dikarenakan sistem *e-banking* yang masih sering error dan belum maksimal.

Keamanan adalah suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul, sehingga keamanan secara tidak langsung dapat menjamin kontinuitas bisnis dan mengurangi resiko yang terjadi. Keamanan yang dirasakan nasabah menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking*. Aspek keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi, namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut tentang data-data perbankan yang bersifat rahasia. Tingkat keamanan bertransaksi secara online adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk mengadopsi *e-banking*. Beberapa nasabah menghindari penggunaan *e-banking* karena memiliki persepsi bahwa bertransaksi secara online melalui *e-banking* mudah terjadi penyalahgunaan. Persepsi ini dapat merusak kepercayaan nasabah terhadap sistem online secara keseluruhan. Nasabah tidak akan siap merubah kebiasaan dari transaksi konvensional menjadi transaksi *online* jika kebutuhan spesifik tentang keamanan belum terpenuhi. Aplikasi *e-banking* harus memadukan sejumlah unsur penting yang bersumber kepada keamanan. Tiga faktor keamanan yang harus mendapat perlindungan sistem keamanan *e-banking* yaitu aspek kerahasiaan (*security*), aspek integritas (*integrity*), aspek ketersediaan (*availability*). Tujuan sistem keamanan ini

harus diimplementasikan pada pengembangan sistem aplikasi perbankan dan yang terpenting yaitu bagaimana agar sistem aplikasi itu bersifat *easy to use* dan *easy to operate*. Hal ini didukung dengan penelitian Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto yang menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang *e-banking*. Namun pada faktanya, setelah peneliti melakukan wawancara kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, mereka berpendapat bahwa melakukan transaksi melalui *e-banking* sangat beresiko dan juga sistem keamanan pada *e-banking* harus ditingkatkan lagi mengingat bahwa kejahatan pada dunia internet sedang marak terjadi.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju maka semakin berkembang pula kejahatan yang timbul, khususnya kejahatan pada dunia internet yang sering disebut *cyber crime*. Fenomena *cyber crime* di bidang perbankan memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan kejahatan konvensional lainnya. Siapapun bisa menjadi korban dari kejahatan ini. Pelaku tidak menetapkan target korban, sehingga kejahatan ini perlu diwaspadai oleh setiap pengguna jasa layanan internet. Hal ini disebabkan sifat internet global yang memungkinkan *cyber crime* dapat dilakukan tanpa mengenal batas teritorial dan tidak memerlukan interaksi langsung antara pelaku dengan korban kejahatan.<sup>7</sup>

Terdapat jenis-jenis *cyber crime* bila dilihat dari aktivitasnya, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Hacking* adalah menerobos program komputer milik orang/pihak lain.
- 2) *Defacing* adalah kegiatan mengubah halaman situs/website pihak lain.
- 3) *Phising* adalah kegiatan memancing pemakai komputer di internet (*user*) agar mau memberikan informasi data diri pemakai (*username*) dan kata sandinya (*password*) pada suatu website yang sudah di-*deface*. *Phising* biasanya diarahkan kepada online banking.

---

<sup>7</sup>Abdul Wahid dan Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara*, Bandung: PT Refika Aditama, 2005, hlm. 40

- 4) *Spamming* adalah pengiriman berita atau iklan lewat surat elektronik (email) yang tak dikehendaki.
- 5) *Malware* adalah program komputer yang mencari kelemahan dari suatu *software*. *Malware* terdiri dari berbagai macam yaitu: virus, worm, trojan horse, adware, browse hijacker, dll.<sup>8</sup>

Sebagaimana yang terdapat pada kompas.com bahwa kasus *cyber crime* tengah marak terjadi di Jakarta. Diawali dengan adanya laporan sejumlah bank karena adanya kesalahan transaksi yang merugikan pihak bank dan nasabah. Terdapat sekitar 300 nasabah yang menjadi korban dengan total kerugian mencapai Rp 130 miliar. Berdasarkan penyelidikan yang dilakukan, pelaku merupakan warga negara asing dan merekrut warga negara Indonesia sebagai pembantu pelaksana pencurian uang nasabah.<sup>9</sup>

Penangkapan empat tersangka kasus dugaan pembobolan dana nasabah bank melalui internet banking juga terjadi Jakarta. Dimana modus yang dijalankan para tersangka yaitu dengan mendatangi Grapari Telkomsel dengan membawa surat kuasa palsu korban dengan alasan SIM card dari nomor korban hilang. Setelah mendapatkan SIM card baru, tersangka melalui telepon menghubungi call center bank yang dipakai korban dengan mengaku sebagai korban. Kemudian tersangka meminta perubahan User ID dan menanyakan alamat email yang dipakai, dimana alamat email tersebut digunakan sebagai email verifikasi di layanan internet banking. Kemudian tersangka mengakses akun internet banking korban dan memindahkan saldo rekening korban sebesar Rp 245 juta ke rekening tersangka.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin melaksanakan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul “**ANALISIS PENGARUH**

---

<sup>8</sup>Nunuk Sulisrudatin, *Analisa Kasus Cybercrime Bidang Perbankan Berupa Modus Pencurian Data Kartu Kredit*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara Fakultas Hukum Dirgantara Marsekal Suryadama Vol. 9 No. 1 September 2018, hlm. 31

<sup>9</sup><https://nasional.kompas.com/read/2015/04/13/19354131/Polisi.Cyber.Crime.Usut.Pencurian.Uang.Nasabah.Internet.Banking>, diakses pada 24 Oktober 2019, pukul 23.31 WIB

<sup>10</sup><https://www.suara.com/news/2016/01/18/122800/polisi-tangkap-4-tersangka-kasus-pembobolan-internet-banking>, diakses pada 24 Oktober 2019, pukul 23.31 WIB

**PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-BANKING* PADA BANK UMUM SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**.

**1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah?
2. Apakah variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah?
3. Apakah variabel keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah?

**1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut :

**1.3.1. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-banking* bank umum syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-banking* bank umum syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *e-banking* bank umum syariah bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**1.3.2. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya sehingga tercipta pengetahuan-pengetahuan baru dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya tentang pertumbuhan *e-banking*.

## 2. Secara Praktis,

Sebagai bahan pertimbangan bagi:

### a. Bagi Bank Indonesia dan OJK

- Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dalam mendukung perkembangan industri perbankan syariah.

### b. Bagi Perbankan Syariah

- Dapat dijadikan sebagai catatan atau koreksi dan juga acuan untuk mengambil keputusan dalam mengembangkan bisnis perbankan syariah. Serta dapat mempersiapkan hal apa saja yang dibutuhkan untuk menghadapi ancaman di masa yang akan datang dan dapat mempertahankan serta meningkatkan kinerja bank syariah di Indonesia, sekaligus memperbaiki apabila ada kelemahan ataupun kekurangan dalam menjalankan bisnis bank syariah.

### c. Bagi Institusi

- Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya di bidang *e-banking* perbankan syariah.

### d. Bagi Penulis

- Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- Sebagai salah satu bentuk penelitian yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sejatinya dipelajari untuk memahami apa yang konsumen lakukan dan mengapa konsumen melakukan. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin karena mereka tidak memahami motivasi mereka lebih mendalam, sehingga menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.<sup>11</sup>

Berikut pengertian perilaku konsumen menurut para ahli:

Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf menjelaskan bahwa :

*“Consumer behaviour are act, process and sosial relationship exhibited by individuals, group and organizations in the obtainment, use of, and consequent experience with product, services, and other resources”*

(Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan, suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya).

David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta mengemukakan bahwa :

*“Consumer behaviour may be defined as decision process and physical activity individuals engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of good and services”.*

(Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa).

---

<sup>11</sup>Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik dalam Pemasaran)*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2010, hlm. 7



James F. Engel, *et.al* berpendapat bahwa :

*“Consumer behaviour is defined as the acts of individuals directly involved in obtaining and using economic good services including in the decision process that precede and determine these acts”.*

(Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut).

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan sebagai berikut :

*“The term consumer behaviour refers to the behaviour that consumer display in searching for purchasing, using evaluating and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs”.*

(Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka).<sup>12</sup>

Perilaku pembelian konsumen adalah perilaku ditunjukkan konsumen dalam memilih dan memutuskan beberapa alternatif produk barang atau jasa untuk selanjutnya dibeli dan dimiliki.<sup>13</sup>

Perilaku konsumen pada dasarnya adalah suatu usaha yang dilakukan baik seseorang, kelompok maupun organisasi dalam mendapatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Bermula dari munculnya kebutuhan sampai kepada keputusan membeli, mengkonsumsi barang tersebut sampai dengan membuang barang karena sudah habis atau tidak terpakai lagi.

Perilaku konsumen dipelajari agar lebih memahami tentang apa yang dibeli oleh konsumen, mengapa, dimana, kapan, dan seberapa sering dia membeli. Pengetahuan ini kemudian dipakai untuk menciptakan cara untuk memuaskan/memenuhi kebutuhan mereka dan menciptakan pendekatan yang baik untuk berkomunikasi dan mempengaruhi mereka. Jadi itu semua adalah kajian-kajian yang

---

<sup>12</sup>Rini dwiastuti, agustina shinta, riyanti isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: UB Press, 2012, hlm. 3-4

<sup>13</sup>Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran Syari'ah*, Kudus: Gelisa, 2009, hlm.

sangat mendasar dalam seluruh kegiatan pemasaran. Sebagai pemasar, perilaku konsumen merupakan pegangan untuk benar-benar menjadikan dirinya digerakkan oleh pasar/konsumen, sehingga mustahil bila seorang pemasar atau ahli pemasar mengabaikan pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku konsumen.<sup>14</sup>

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat dan keadaan situasi dimana dia tumbuh berkembang. Konsumen yang berasal dari lingkungan yang berbeda akan mempunyai kebutuhan, pendapat dan selera yang berbeda-beda. Sehingga pengambilan keputusan setiap konsumen akan dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian menurut Kotler yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.

Tabel 2.1

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

<b>Kebudayaan</b>	<b>Sosial</b>	<b>Pribadi</b>	<b>Psikologi</b>
Budaya	Kelompok referensi	Usia dan tahap siklus hidup	Motivasi
Sub budaya	Keluarga	Pekerjaan dan keadaan	Persepsi
Kelas sosial	Peran dan status	Gaya hidup	Proses belajar
		Kepribadian	Kepercayaan dan sikap

Sumber : Kotler dan Amstrong (2001:197)

<sup>14</sup>Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalaw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005, hlm. 12

## 1. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub budayanya dan kelas sosial pembeli.

### a. Budaya

Budaya adalah susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari dari anggota suatu masyarakat, keluarga dan institusi penting lainnya. Yang termasuk dalam budaya ini adalah pergeseran budaya dan nilai-nilai dalam anggota keluarga.<sup>15</sup>

### b. Sub budaya

Sub budaya adalah pembagian dalam kelompok-kelompok budaya berdasarkan faktor horisontal, yaitu berdasarkan kebangsaan, agama, ras, kelompok ras dan daerah geografis.

### c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, kekayaan dan variabel lainnya. Kelas sosial memperlihatkan preferensi produk dan merek yang berbeda.

## 2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar. Termasuk faktor sosial adalah pengaruh kelompok, keluarga dan peran dan status.

---

<sup>15</sup>Gery Armstrong dan Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, hlm. 197

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

b. Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Sehingga dengan memahami dinamika pengambilan keputusan dalam suatu keluarga, pemasar dapat dibantu dalam menetapkan strategi pemasaran yang terbaik bagi anggota keluarga yang tepat.

c. Peran dan status

Peran dan status didefinisikan sebagai posisi seseorang dalam masing-masing kelompok atau dalam lingkungannya.<sup>16</sup>

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.<sup>17</sup>

a. Usia dan tahap siklus hidup

Usia dan tahap siklus hidup orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka konsumsi sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan bertambahnya usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, sehingga pemasar perlu memerhatikan perubahan minat pembelian yang berhubungan dengan daur hidup manusia.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup>Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hlm. 85

<sup>17</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks, 2007, hlm. 222

<sup>18</sup>Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 89

b. Pekerjaan dan keadaan

Pekerjaan seseorang akan memengaruhi barang dan jasa yang akan dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat diatas rata-rata terhadap produk mereka.<sup>19</sup>

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya termasuk presentase yang mudah dijadikan uang, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.<sup>20</sup>

c. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang.<sup>21</sup>

Setiadi menjelaskan gaya hidup yang diidentifikasi oleh Plummer akan berkembang pada masing-masing dimensi yaitu aktivitas, *interest*, dan opini (AIO) dimana tersaji dalam tabel berikut:<sup>22</sup>

Tabel 2.2

Identifikasi Gaya Hidup menurut Plummer

<b>Aktivitas</b>	<b><i>Interest</i></b>	<b>Opini</b>
Bekerja	Keluarga	Dirimerekasendiri
Hobi	Rumah	Masalah-masalahsosial
PeristiwaSosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggotaklub	Pakaian	Pendidikan

<sup>19</sup>Ibid, hlm. 89

<sup>20</sup>Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Cet. 4 Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2010, hlm. 12

<sup>21</sup>Loc.cit

<sup>22</sup>Ibid, hlm. 79

Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

Sumber : Setiadi (2010:79)

Tabel diatas menjelaskan bahwa didalam aktivitas terdapat berbagai macam jenis yaitu bekerja, hobi, hiburan, belanja, dll. Begitu pula didalam *interest* terdapat beragam jenis yaitu keluarga, rumah, pekerjaan, dll. Kemudian opini masing-masing adalah masalah politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, dll. Hal ini menunjukkan bahwa ketiganya sangat berkaitan satu sama lain yang mana menjadi indikator dalam penilaian gaya hidup seseorang.

#### d. Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya.<sup>23</sup>

#### 4. Faktor Psikologi

Faktor psikologi merupakan faktor dari dalam diri seseorang dan menentukan bagaimana mereka memilih dan mengkonsumsi produk. Empat faktor psikologi utamab yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan dan sikap.<sup>24</sup>

##### a. Motivasi

Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.

<sup>23</sup>Philip Kotler, *Manajemen...*, hlm. 223

<sup>24</sup>Suharno dan Yudi Sutarmo, *Marketing...*, hlm. 90

#### b. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.<sup>25</sup>

#### c. Proses belajar

Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Ahli teori pembelajaran mengatakan bahwa kebanyakan tingkah laku manusia dipelajari. Pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dorongan, rangsangan, petunjuk respon dan pembenaran. Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar.<sup>26</sup>

#### d. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu sedangkan sikap merupakan perpaduan motivasi, perasaan emosional, persepsi dan proses kognitif terhadap suatu objek.<sup>27</sup>

### 2.1.2 Minat

Pengertian minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, keinginan. Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.<sup>28</sup>

Menurut Tidjan minat merupakan gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dikarenakan

---

<sup>25</sup>Philip Kotler, *Manajemen...*, hlm. 228

<sup>26</sup>Gery Armstrong dan Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*, Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2002, hlm. 214

<sup>27</sup>Simamora, *Memenangkan Pasar...*, hlm. 92

<sup>28</sup>Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda Cet. 3, 2011, hlm. 113

adanya perasaan senang. Sedangkan menurut Hilgard, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Dengan demikian, minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang.

Minat juga dipengaruhi dari diri sendiri dan dari luar (lingkungan). Dan pada kenyataannya faktor yang paling dominan berpengaruh bagi nasabah adalah faktor lingkungan. Dalam hal ini dipertegas dengan pendapat Bloom bahwa minat seseorang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Dalam pendapatnya, Bloom mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya pekerjaan, sosial ekonomi, bakat, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian dan faktor lingkungan.<sup>29</sup>

Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi minat:

a. Faktor internal

Yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktivitas lain yang menantang. Faktor internal merupakan persepsi seseorang mengenai diri sendiri, harga diri, harapan pribadi, kebutuhan, keinginan, kepuasan dan prestasi yang diharapkan.

b. Faktor motif sosial

Yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.

c. Faktor emosional

Yaitu minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan

---

<sup>29</sup> Ibid, hlm. 113



meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

Dari berbagai penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh suatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Apabila kepuasan tersebut telah dirasakan manfaatnya, maka seseorang akan secara kontinuitas menggunakan.

### 2.1.3 Perbankan Syariah

#### 2.1.3.1 Pengertian Perbankan Syariah

Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun) kemaslahatan (masalah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif).<sup>30</sup>

Secara kelembagaan, Bank Syariah di Indonesia dapat dibagi kedalam tiga kelompok, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang

---

<sup>30</sup>[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) Diakses pada tanggal 20 Agustus 2019 pukul 13.49 WIB

dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS merupakan badan usaha yang setara dengan Bank Umum Konvensional dengan bentuk hukum Perseroan Terbatas, Perusahaan Daerah, atau Koperasi. Seperti halnya Bank Umum Konvensional, BUS dapat berusaha sebagai bank devisa atau bank non devisa.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS merupakan badan usaha yang setara dengan Bank Perkreditan Rakyat Konvensional dengan bentuk hukum Perseroan Terbatas, Perusahaan Daerah atau Koperasi.

Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja di kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan atau unit syariah. Dalam struktur organisasi, UUS beradasatu tingkat di bawah direksi Bank Umum Konvensional yang bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank devisa atau bank non devisa. Sebagai suatu unit kerja khusus, UUS mempunyai tugas untuk :

- 1) Mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan kantor cabang syariah.
- 2) Melaksanakan fungsi *treasury* dalam rangka pengelolaan dan penempatan dana yang bersumber dari kantor cabang syariah.
- 3) Menyusun laporan keuangan konsolidasi dari seluruh kantor cabang syariah.
- 4) Melakukan tugas penatausahaan laporan keuangan kantor cabang syariah.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup>Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah : Gambaran Umum*, Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI, 2005, hlm. 68-70

## 2.1.3.2 Akad Bank Syariah

### 2.1.3.2.1 Pengertian Akad

Menurut segi etimologi, akad antara lain berarti:

الرَّبْطُ بَيْنَ أَطْرَافِ الشَّيْءِ سِوَاءِ أَكَانَ رِبْطًا حِسِّيًّا أَمْ  
مَعْنَوِيًّا مِنْ جَانِبٍ أَوْ مِنْ جَانِبَيْنِ

“Ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi.”

Bisa juga berarti *العقدة* (sambungan), *العهد* (janji).

Istilah perjanjian dalam hukum islam adalah akad, kata akad berasal dari kata *al-aqad*, yang berarti mengikat, menyambung atau menghubungkan (*ar-rabt*).<sup>32</sup>

Dalam istilah fikih, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti waqaf, talak, sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah dan gadai.<sup>33</sup>

Menurut terminologi ulama fiqih, akad dapat ditinjau dari dua segi, yaitu secara umum dan secara khusus:

- Pengertian umum

Secara umum, pengertian akad dalam arti luas hampir sama dengan pengertian akad dari segi bahasa menurut pendapat ulama Syafi'iyah, Malikiyah, dan Hanabilah, yaitu :

كُلُّ مَا عَزَمَ الْمَرْءُ عَلَى فِعْلِهِ سِوَاءِ صَدَرَ بِإِرَادَةٍ  
مُنْفَرِدَةٍ كَالْوَقْفِ وَالْإِبْرَاءِ وَالطَّلَاقِ وَالْيَمِينِ أَمْ إِحْتِاجَ

<sup>32</sup>Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007, hlm. 68

<sup>33</sup>Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah, edisi I*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007, hlm. 35

إِلَىٰ إِرَادَتَيْنِ فِي إِنْشَائِهِ كَالْبَيْعِ وَالْإِجَارِ وَالتَّوَكُّلِ  
وَالرَّهْنِ

“Segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginannya sendiri, seperti wakaf, talak, pembebasan atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua orang seperti jual-beli, perwakilan dan gadai.”

- Pengertian khusus

Pengertian akad dalam arti khusus yang dikemukakan ulama fiqh, antara lain:

إِرْتِبَاطُ إِجَابٍ بِقَبُولٍ عَلَىٰ وَجْهِ مَشْرُوعٍ يَنْبُتُ أَنْتَرُهُ  
فِي مَحَلِّهِ

“Perikatan yang ditetapkan dengan ijab-qabul berdasarkan ketentuan syara’ yang berdampak pada objeknya.”

تَعَلُّقُ كَلَامٍ أَحَدِ الْعَاقِدَيْنِ بِالْآخِرِ شَرْعًا عَلَىٰ وَجْهِ  
يَظْهَرُ أَنْتَرُهُ فِي الْمَحَلِّ

“Pengaitan ucapan salah seorang yang akad dengan yang lainnya secara syara’ pada segi yang tampak dan berdampak pada objeknya.”

Contoh ijab adalah pernyataan seorang penjual, “*Saya telah menjual barang ini kepadamu.*” Contoh qabul, “*Saya beli barangmu.*” Atau “*Saya terima barangmu.*”

Dengan demikian, ijab qabul adalah suatu perbuatan atau pernyataan untuk menunjukkan suatu keridaan dalam berakad di antara dua orang atau lebih, sehingga terhindar atau keluar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan syara’.

Oleh karena itu, dalam islam tidak semua bentuk kesepakatan atau perjanjian dapat dikategorikan sebagai akad, terutama kesepakatan yang tidak didasarkan pada keridhaan dan syariat islam.<sup>34</sup>

#### 2.1.3.2.2 Unsur-Unsur Akad

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa akad adalah pertalian dimana seseorang yang melakukan perjanjian harus memenuhi apa yang sudah disepakati bersama. Perjanjian itu disebut dengan *ijab* dan *qabul*. Dari definisi tersebut dapat diperoleh tiga unsur yang terkandung dalam akad, yaitu sebagai berikut.<sup>35</sup>

- 1) Pertalian *ijab* dan *qabul*, *ijab* adalah pernyataan kehendak oleh satu pihak (*mujib*) untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. *Qabul* adalah pernyataan menerima atau menyetujui kehendak *mujib* oleh pihak lainnya (*qaabil*). *Ijab* dan *qabul* ini harus ada dalam melakukan suatu perjanjian.
- 2) Dibenarkan oleh syara', akad yang dilakukan tidak boleh bertentangan dengan syariah atau hal-hal yang diharamkan oleh Allah SWT. Jika bertentangan maka akad tersebut tidak sah.
- 3) Mempunyai akibat hukum (*tasharuf*). Adanya akad menimbulkan akibat hukum terhadap objek hukum yang diperjanjikan dan juga memberikan konsekuensi hak dan kewajiban yang mengikat para pihak.

#### 2.1.3.2.3 Asas-Asas Akad

---

<sup>34</sup>Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia, 2001, hlm. 43-45

<sup>35</sup>Ghufron Mas'adi, *Fiqh Muamalat Kontektual, cet. I*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 76-77

Asas berasal dari bahasa arab *asasun* yang berarti dasar, basis, dan fondasi. Secara terminologi, asas adalah hukum dasar, dasar (sesuatu yang menjadi tumpuan berfikir atau berpendapat). Istilah lain yang memiliki arti sama dengan kata asas adalah prinsip, yaitu dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berfikir, bertindak, dan sebagainya.

Dalam kaitannya dengan akad, Fathurahman Djamil sebagaimana dikutip oleh Gemala Dewi mengemukakan 6 asas tertulis. Yaitu asas kebebasan, asas persamaan atau kesetaraan, asas keadilan, asas kerelaan, asas kejujuran dan kebenaran, dan asas tertulis. Namun ada asas utama yang mendasari setiap perbuatan manusia yaitu asas ilahiah atau asas tauhid.<sup>36</sup>

#### 1) Asas Ilahiah

Setiap tingkah laku dan perbuatan manusia tidak akan luput dari ketentuan Allah SWT. Kegiatan muamalah termasuk perbuatan perikatan yang tidak akan pernah lepas dari nilai-nilai ketauhidan. Dengan demikian manusia memiliki tanggung jawab akan hal ini. Tanggung jawab terhadap masyarakat, tanggung jawab kepada pihak kedua, tanggung jawab kepada diri sendiri, dan tanggung jawab terbesar adalah kepada Allah SWT. Akibatnya manusia tidak akan berbuat sekehendak hati, karena segala perbuatan akan ada balasannya.

#### 2) Asas kebebasan (*Al-Hurriyah*)

Islam memberikan kebebasan kepada pihak untuk melakukan suatu perikatan. Bentuk dan isi perikatan tersebut ditentukan oleh para pihak yang

---

<sup>36</sup>Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia, cet. II*, Jakarta : Prenada Media Grup: 2006, hlm. 30-37

menyepakatinya dan harus dilaksanakan segala hak dan kewajibannya. Sepanjang tidak bertentangan dengan syariah, maka perikatan tersebut boleh dilaksanakan.

3) Asas persamaan dan kesetaraan (*Al-Musawah*)

Suatu perbuatan muamalah merupakan salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Untuk itu antara manusia satu dengan yang lain hendaknya saling melengkapi atas kekurangan yang lain dari kelebihan yang dimilikinya. Oleh karena itu setiap manusia memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan suatu perikatan. Dalam melakukan perikatan ini, para pihak menentukan hak dan kewajiban masing-masing didasarkan pada persamaan atau kesetaraan ini. Tidak boleh ada suatu kelaziman yang dilakukan dalam perikatan tersebut.

4) Asas keadilan (*Al-Adalah*)

Menurut Yusuf Qardawi, keadilan adalah keseimbangan antara berbagai potensi individu, baik moral ataupun materiil, antara individu dan masyarakat, dan antara masyarakat satu dengan lainnya yang berlandaskan pada syariah islam. Dalam asas ini, para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi semua kewajibannya.

5) Asas kerelaan (*Ar-Ridha*)

Segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar suka sama suka atau kerelaan antara masing-masing pihak, tidak boleh ada tekanan, paksaan, penipuan, dan *mis-statement*. Jika hal ini tidak terpenuhi, maka transaksi

tersebut dilakukan dengan cara yang batil (*al-akh bil bathil*).

6) Asas kejujuran dan kebenaran (*Ash- Shidq*)

Kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan, termasuk dalam pelaksanaan muamalat. Jika kejujuran ini tidak diterapkan dalam perjanjian, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri. Selain itu jika terdapat ketidakjujuran dalam perikatan, akan menimbulkan perselisihan diantara pihak.

7) Asas tertulis (*Al-Kitabah*)

Allah SWT menganjurkan kepada manusia hendaknya suatu perikatan dilakukan secara tertulis, dihadiri oleh saksi-saksi, dan diberikan tanggung jawab individu yang melakukan perjanjian, dan yang menjadi saksi. Selain itu dianjurkan pula bahwa apabila suatu perjanjian tidak dilaksanakan secara tunai, maka dapat dipegang suatu benda sebagai jaminannya. Adanya tulisan, saksi, dan atau benda jaminan ini menjadi alat bukti atas terjadinya perikatan tersebut.

2.1.3.2.4 Rukun Akad

Kata rukun berasal dari bahasa arab رُكْنٌ, jamaknya أَرْكَانٌ yang artinya bagian, sisi atau fondasi. Dengan demikian rukun adalah sesuatu yang menentukan tegak atau tidak tegaknya sesuatu dan sah atau tidak sahnya suatu perbuatan.<sup>37</sup>

Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun akad adalah ijab dan qabul. Adapun orang yang mengadakan akad atau hal-hal yang lainnya yang yang menunjang

---

<sup>37</sup>Abdurrauf, *Penerapan Teori Akad pada Perbankan Syariah*, Jurnal Al-Iqtishad Vol IV No 1 Januari 2012, hlm. 18



terjadinya akad tidak dikategorikan rukun sebab keberadaannya sudah pasti.

Ulama' selain Hanafiyah berpendapat bahwa akad memiliki tiga rukun, yaitu:

- 1) Orang yang akad (*'aqid*), contoh: penjual dan pembeli.
- 2) Sesuatu yang di akadkan (*ma'qud 'alaih*), contoh: harga atau yang dihargakan.
- 3) *Shighat*, yaitu ijab dan qobul.<sup>38</sup>

#### 2.1.3.2.5 Macam-Macam Akad

Dari segi ada atau tidaknya kompensasi, fiqih muamalat membagi akad menjadi dua bagian, yakni *tabarru'* dan akad *tijarah*.

##### 1) Akad *Tabarru'*

*Tabarru'* berasal dari bahasa arab yaitu kata *birr* yang artinya kebaikan. Akad *tabarru'* adalah segala macam perjanjian yang menyangkut *not-for profit transaction*. Traksaksi ini pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil. Akad *tabarru'* dilakukan dengan tujuan tolong-menolong dalam rangka berbuat kebaikan. Dalam akad *tabarru'* pihak yang melakukan kebaikan tersebut tidak berhak mensyaratkan imbalan apapun kepada pihak lainnya. Imbalan dari akad *tabarru'* adalah dari Allah SWT. Namun demikian, pihak yang berbuat kebaikan tersebut boleh meminta kepada *counter-partnya* untuk sekedar menutupi biaya yang dikeluarkannya untuk dapat melakukan akad *tabarru'* tersebut.<sup>39</sup> Contoh akad *tabarru'* adalah *qardh*, *wakalah*, *shadaqah*, hadiah, dan lain-lain.

<sup>38</sup>Rachmat Syafei, *Fiqih...*, hlm.45

<sup>39</sup>Novinawati, *Akad dan Produk Perbankan Syariah*, Jurnal Fitrah, Vol. 08 No. 02 Juli-Desember, IAIN Padangsidempuan, 2014, hlm. 221

## 2) Akad *Tijarah*

Akad *tijarah* atau *muawwadah* yaitu segala macam perjanjian yang menyangkut *for profit transaction*. Akad-akad ini dilakukan dengan tujuan mencari keuntungan, karena itu bersifat komersil. Contoh akad *tijarah* adalah akad-akad investasi, jual beli, sewa-menyewa, dan lain-lain.<sup>40</sup>

### 2.1.3.2.6 Akad Pola Titipan (Wadiah)

Wadiah menurut bahasa artinya meninggalkan. Sedangkan menurut istilah terdapat dua definisi yang dikemukakan oleh pakar fiqh.

Ulama' Hanafiyah mendefinisikan wadiah dengan "Ungkapan terhadap pemindahan yang semata-mata bertujuan untuk pemeliharaan sesuatu yang dimiliki yang boleh dilakukan pemindahan kepada penerima titipan." Sedangkan ulama' Syafi'iyah dan Malikiyah mendefinisikan wadiah dengan "Mewakilkkan pemeliharaan barang milik pada orang lain dengan cara tertentu."<sup>41</sup>

Akad wadiah adalah akad penitipan barang atau uang yang terjadi antara pihak yang mempunyai barang atau uang dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang tersebut.<sup>42</sup>

Adapun dalil dibolehkannya melakukan transaksi dengan akad wadiah terdapat pada surat Ali Imran ayat 75 yang berbunyi :

---

<sup>40</sup>Muhammad Firdaus NH, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad – Akad Syariah*, Jakarta : Renaisan, 2005, hlm.66

<sup>41</sup>Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007, hlm. 244

<sup>42</sup>Basaria Nainggolan, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, hlm. 123

وَمِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ وَمِنْهُمْ مَنْ  
 إِنْ تَأْمَنَهُ بدينارٍ لَا يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ إِلَّا مَا دُمْتَ عَلَيْهِ قائماً ذَلِكِ  
 بِأَنَّهُمْ قَالُوا لَيْسَ عَلَيْنَا فِي الْأُمِّيِّينَ سَبِيلٌ وَيَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ  
 الْكَذِبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ

“Di antara Ahli kitab ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya harta yang banyak, dikembalikannya kepadamu, dan di antara mereka ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya satu dinar, tidak dikembalikannya kepadamu kecuali jika kamu selalu menagihnya. Yang demikian itu lantaran mereka mengatakan: "tidak ada dosa bagi kami terhadap orang-orang ummi. Mereka berkata dusta terhadap Allah, padahal mereka mengetahui.” (Q.S. Ali Imran: 75)

Dan terdapat pada surat An-Nisa’ ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا...

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya.” (Q.S. An-Nisa’: 58)

#### 2.1.3.2.7 Akad Pola Bagi Hasil

##### 2.1.3.2.7.1 Akad Mudharabah

Mudharabah adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan shahibul mal, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha yang disebut mudharib. Bagi hasil dari usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang di sepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama.<sup>43</sup>

<sup>43</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011, hlm. 83

Definisi mudharabah menurut Sayyid Sabiq adalah:

“Akad antara dua belah pihak dimana salah satu pihak mengeluarkan sejumlah uang (sebagai modal) kepada lainnya untuk diperdagangkan. Laba dibagi sesuai kesepakatan.”

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad mudharabah terdapat pada surat Al-Muzammil ayat 20 yang berbunyi:

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ...

“Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari karunia Allah.” (Q.S. al Muzammil: 20)

#### 2.1.3.2.7.2 Akad Musyarakah

Menurut bahasa, musyarakah adalah bercampurnya suatu harta dengan harta yang lain sehingga keduanya tidak bisa dibedakan lagi. Sedangkan menurut istilah para ulama fiqh berbeda pendapat dalam mengartikan istilah musyarakah.

Menurut ulama Malikiyah, musyarakah adalah pemberian izin kepada kedua mitra kerja untuk mengatur harta atau modal bersama. Maksudnya, setiap mitra memberikan izin kepada mitranya yang lain untuk mengatur harta keduanya tanpa kehilangan hak untuk melakukan hal itu.

Menurut ulama Hanbali, musyarakah adalah persekutuan hak atau pengaturan harta. Menurut ulama Syafi’i, musyarakah adalah tetapnya hak kepemilikan bagi dua orang atau lebih sehingga tidak terbedakan antara hak pihak yang satu dengan pihak yang lain.

Sedangkan menurut ulama Hanafi musyarakah adalah transaksi antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan. Ini adalah definisi yang

paling tepat bila dibandingkan dengan definisi-definisi yang lain, karena definisi ini menjelaskan hakikat musyarakah, yaitu sebuah transaksi.<sup>44</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad musyarakah terdapat pada surat Shad ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ  
الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا  
وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۖ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ  
فَاسْتَعْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

“Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.” (Q.S. Shad:24)

### 2.1.3.2.8 Akad Pola Jual Beli

#### 2.1.3.2.8.1 Murabahah

Murabahah berasal dari kata ربح (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai

<sup>44</sup>Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5, Damsyiq: Darul Fikri, hlm. 441-443

penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Secara sederhana, murabahah berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Misalnya, seseorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu atau dalam bentuk presentase dari harga pembeliannya, misalnya 10% atau 20%.<sup>45</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad murabahah terdapat pada surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ  
 اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian.” (Q.S. An-nisa’: 29)

---

<sup>45</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, hlm. 113

### 2.1.3.2.8.2 Salam

Salam adalah akad jual beli barang pesanan dengan pembayaran dimuka menurut syarat-syarat tertentu, atau jual beli sebuah barang untuk diantar kemudian dengan pembayaran di awal.<sup>46</sup>

Salam adalah akad jual beli *muslam fiih* (barang pesanan) dengan penagguhan pengiriman oleh *muslam ilaih* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu. Bank dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual dalam suatu transaksi salam. Jika bank bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam maka hal ini disebut salam pararel.<sup>47</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad salam terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى  
فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (Q.S. Al-Baqarah: 282)

### 2.1.3.2.8.3 Istishna'

Akad istishna' adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara

<sup>46</sup>Ascarya, *Akad...*, hlm. 169

<sup>47</sup>Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, Jakarta: LPFE Usakti, 2009, hlm. 225

pembeli (*mustashni'*) dengan penjual (*shani'*). *Shani'* akan menyiapkan barang yang dipesan sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati, dimana ia dapat menyiapkan sendiri atau melalui pihak lain (*istishna' pararel*).<sup>48</sup> Pembayaran *istishna'* dilakukan di muka melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai waktu yang akan datang.<sup>49</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad *istishna'* terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى  
فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (Q.S. Al-Baqarah: 282)

#### 2.1.3.2.9 Akad Pola Sewa

##### 2.1.3.2.9.1 Ijarah

Ijarah yakni jual beli antara *mal* dengan manfaat. Jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian. Ada dua pihak yang terlibat dalam akad ijarah yaitu pemberi sewa (*mu'ajjir*) dan penyewa (*musta'jir*).<sup>50</sup>

Ulama' Hanafiyah berpendapat ijarah adalah akad atau suatu kemanfaatan dengan pengganti. Sedangkan ulama' Syafi'iyah berpendapat bahwa ijarah adalah

<sup>48</sup>Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia Ed. Revisi*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, hlm. 210

<sup>49</sup>M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm. 113

<sup>50</sup>Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syari'ah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2015, hlm. 88



akad atas suatu kemanfaatan yang mengandung maksud tertentu dan mubah serta menerima pengganti atau kebolehan dengan pengganti tertentu. Adapun ulama Malikiyyah dan Hanabilah menyatakan bahwa ijarah adalah menjadikan milik suatu kemanfaatan yang mubah dalam waktu tertentu dengan pengganti.<sup>51</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad ijarah terdapat pada surat A-Qashash ayat 26 yang berbunyi:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ  
الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya." (Q.S. Al-Qashash: 26)

#### 2.1.3.2.9.2 IMBT

Berdasarkan penjelasan pasal 19 ayat (1) UU Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan akad *Ijarah Muntahiyya Bittamlik* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

Berdasarkan lampiran surat edaran Bank Indonesia No.5/26/BPS/2003 tentang Pedoman Akuntansi Perbankan Syariah Indonesia halaman 111, yang dimaksud dengan *Ijarah Muntahiyya Bittamlik* adalah perjanjian sewa-menyewa suatu barang antara

<sup>51</sup>Rachmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2001, hlm. 121-122

*lessor/mu'ajjir* (pemberi sewa) dengan *lesse/musta'jir* (penyewa) yang diakhiri dengan perpindahan hak milik objek sewa.<sup>52</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad *ijarahmuntahiyya bittamlik* terdapat pada surat A-Qashash ayat 26 yang berbunyi:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبْتَ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ  
الْقَوِيَّ الْأَمِينُ

“Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya." (Q.S. Al-Qashash: 26)

#### 2.1.3.2.10 Akad Pola Pinjaman (Qardh)

*Al-Qardh* secara bahasa berarti *qath'* (potongan), dimana harta diletakkan kepada peminjam sebagai pinjaman, karena *muqridh* (pemberi pinjaman) memotong sebagian harta.<sup>53</sup>

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.<sup>54</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad *qardh* terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 245 yang berbunyi:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا  
كَثِيرَةً ۗ وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

<sup>52</sup>Nasrulloh Ali Munif, *Analisis Akad Ijarah Muntahiya Bittamlik dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*, Jurnal An-Nisbah, Vol. 03 No. 02 April 2017, hlm. 259

<sup>53</sup>Yadi Janwari, *Lembaga ...*, hlm. 144

<sup>54</sup>Novinawati, *Akad dan Produk ...*, hlm. 232

“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan.” (Q.S. Al-Baqarah: 245)

#### 2.1.3.2.11 Akad Pola Lainnya

##### 2.1.3.2.11.1 Wakalah

Al-wakalah ialah mewakilkan seseorang mengambil tempat orang yang memberi perwakilan untuk melaksanakan suatu tugas bagi pihaknya.<sup>55</sup>

Wakalah merupakan akad antara dua pihak yang dimana pihak satu menyerahkan, mendelegasikan, mewakilkan atau memberikan mandat kepada pihak lain, dan pihak lain menjalankan amanat sesuai permintaan pihak yang mewakilkan. Al wakalah dapat diartikan sebagai pelimpahan kekuasaan seseorang kepada orang lain dalam menjalankan amanat tertentu.<sup>56</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad wakalah terdapat pada surat Al-Kahfi ayat 19 yang berbunyi:

... فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا  
أَزْكَىٰ طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ  
بِكُمْ أَحَدًا

“Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik,

<sup>55</sup>Nilam Sari, *Kontrak (Akad) dan Implementasinya pada Perbankan Syariah di Indonesia*, Banda Aceh: PeNA, 2015, hlm. 94

<sup>56</sup>Ismail, *Perbankan ...*, hlm. 194

maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia berlaku lemah-lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun.” (Q.S. Al-Kahfi: 19)

#### 2.1.3.2.11.2 Kafalah

Kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (*makful ‘alaih*)<sup>57</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad kafalah terdapat pada surat Yusuf ayat 72 yang berbunyi:

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

“Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya". (Q.S. Yusuf: 72)

#### 2.1.3.2.11.3 Rahn

Rahn berarti menjadikan sebuah barang sebagai jaminan utang yang dapat dijadikan pembayar apabila tidak bisa membayar hutang.<sup>58</sup>

Adapun dalil diperbolehkannya melakukan transaksi dengan akad rahn terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ

<sup>57</sup>Abdurrauf, *Penerapan Teori ...*, hlm. 33

<sup>58</sup>Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan ...*, hlm. 102

اللَّهُ رَبُّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Baqarah: 283)

#### 2.1.4 *Electronic Banking (E-banking)*

*Electronic Banking (E-banking)* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *phone banking*, *internet banking* dan *mobile banking*.<sup>59</sup>

*E-banking* merupakan inovasi yang dipergunakan untuk mempermudah dan mempercepat mengakses data yang dibutuhkan oleh nasabah sebagai pihak eksternal. Dengan adanya *online banking*, nasabah akan dapat informasi terbaru (*up-to-date*) layanan yang diperuntukkan bagi publik ini bisa sebagai bahan promosi dari perusahaan/perbankan yang menyediakan layanan tersebut.<sup>60</sup>

<sup>59</sup>Veithzal Rivai dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management for Islamic Bank*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013, hlm. 361

<sup>60</sup>Aan Ansori, *Sistem Informasi Perbankan Syariah*, Jurnal BanqueSyar'i Vol. 4 No. 01 Juli-Desember 2018, hlm. 195-196

Didalam layanan *e-banking* terdapat beberapa perlindungan terkait keamanan transaksi *e-banking* diantaranya:

1. PIN merupakan kode akses, sehingga nomor PIN merupakan kode rahasia pribadi, tidak boleh orang lain mengetahuinya.
2. Bagi *internet banking*, user ID bersifat rahasia dan *key token* tidak dipinjamkan kepada orang lain, serta mengakses situs bank yang benar.
3. Penggantian PIN secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan risiko.
4. *SIM card* handphone harus dilindungi karena nomor telepon tersebut sudah terdaftar pada *database* komputer bank untuk dapat berinteraksi melalui *phone banking*. Apabila nomor handphone tersebut akan dijual atau dibuang, nomor tersebut harus di *unregistered*.
5. Nasabah harus berhati-hati karena banyak orang jahat selalu mencoba untuk memanfaatkan kelengahan nasabah baik dengan melalui *phising* atau kegiatan *hacker*.<sup>61</sup>

*E-banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses *e-banking* melalui piranti pintar elektronik seperti komputer/PC, laptop, PDA, ATM atau smartphone. Adapun *e-banking* yang telah diterapkan bank-bank syariah di Indonesia sebagai berikut:

1. Internet Banking, ini termasuk saluran teranyar *e-banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi via internet dengan menggunakan komputer/PC, atau PDA. Fitur transaksi yang dapat dilakukan sama dengan *phone banking* yaitu informasi jasa/produk bank, informasi saldo rekening, transaksi pemindahbukuan antar

---

<sup>61</sup>Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan dilengkapi Studi Kasus dan Kamus Istilah Perbankan*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011, hlm. 70

rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan transfer ke bank lain. Kelebihan dari saluran ini adalah kenyamanan bertransaksi dengan tampilan menu dan informasi secara lengkap terpampang dari layar komputer/PC atau PDA.

2. *Sms/m-banking*, saluran ini pada dasarnya evolusi lebih lanjut dari *phone banking*, yang memungkinkan nasabah bertransaksi via HP dengan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo rekening, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, telepon) dan pembelian voucher. Untuk transaksi lainnya pada dasarnya dapat pula dilakukan, namun tergantung pada akses yang dapat diberikan bank. Saluran ini sebenarnya termasuk praktis namun pada prakteknya agak merepotkan karena nasabah harus menghafal kode-kode transaksi dalam pengetikan SMS, kecuali pada bank yang melakukan kerjasama dengan operator seluler, menyediakan, menyediakan akses banking menu Sim Tool Kit (STK) pada simcardnya.
3. *Phone Banking*, ini adalah saluran yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan bank via telepon. Pada awalnya lazim diakses melalui telepon rumah, namun seiring dengan makin populernya telepon genggam/HP, maka tersedia pula nomor akses khusus via HP bertarif panggilan flat dari manapun nasabah berada. Pada awalnya, layanan *phone banking* hanya bersifat informasi yaitu untuk informasi jasa/produk bank dan informasi saldo rekening serta dilayani oleh Customer Service Operator (CSO). Namun profilnya kemudian berkembang untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik dan telepon), pembelian (voucher dan tiket) dan transfer ke bank lain, serta dilayani oleh Interactive Voice Response (IVR). Fasilitas ini boleh dibilang lebih praktis ketimbang ATM untuk transaksi non tunai, karena cukup menggunakan telepon/HP dimanapun kita

berada, kita bisa melakukan berbagai transaksi termasuk transfer ke bank lain.

4. ATM (*Automated Teller Machine*) atau Anjungan Tunai Mandiri, ini adalah saluran *e-banking* paling populer yang kita kenal. Setiap nasabah pasti mempunyai mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. Dalam perkembangannya, fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, telepon), pembelian (voucher dan tiket) dan yang terkini transfer ke bank lain (dalam satu switching jaringan ATM). Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja di tempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pada ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*. Layaklah bila mesin ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan kemudahan penggunaannya.
5. *Mobile Banking*, merupakan layanan transaksi perbankan non tunai melalui *mobile phone/handphone* berbasis GPRS yang dapat digunakan oleh nasabah untuk transaksi cek saldo, transfer antar rekening, bayar tagihan, isi ulang pulsa dan transaksi lainnya.<sup>62</sup>

#### 2.1.5 Persepsi Kemudahan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Menurut Mulyana persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut yang mempengaruhi kita. Dari

---

<sup>62</sup>Aan Ansori, *Sistem Informasi ...*, hlm. 196-198



penjelasan Mulyana ini dapat disimpulkan bahwa persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Menurut Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan disini merupakan suatu proses diterima dari stimulus oleh individu melalui alat penerimanya. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.<sup>63</sup>

Jogiyanto mengatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Sun dan Zhang mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillfull* (menjadi terampil).<sup>64</sup>

Indikator kemudahan penggunaan menurut Chitra adalah :

- a. Mudah dipelajari
- b. Fleksibel
- c. Dapat mengontrol pekerjaan
- d. Mudah digunakan<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup>Tantri Puspita Yazid dan Ridwan, *Proses Persepsi Diri Mahasiswi dalam Berbusana Muslimah*, Jurnal An-Nida' Jurnal Pemikiran Islam Vol. 41 No 02 Edisi Desember 2017, hlm.195-196

<sup>64</sup>Setyo Ferry Wibowo, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-money Card*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 06 No 01, 2015, hlm. 444

<sup>65</sup>Chitra Laksmi Rithmaya, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen Vol. 16 No 1, 2016, hlm. 164

Rahmad, Astuti dan Riyadi membagi dimensi kemudahan menjadi sebagai berikut :

- a. Interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)
- c. Sistem yang mudah digunakan (*easy to use*)
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu ingin kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).<sup>66</sup>

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan terbebas dari suatu usaha. Jika seseorang merasa yakin bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan. Namun sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa suatu sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakan.<sup>67</sup> Sebagaimana dijelaskan dalam Al-qur'an (QS. Al-Insyirah : 5-6) yaitu:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا. إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. (QS. Al-Insyirah : 5-6)

Dari penjelasan ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah selalu memberikan jalan kemudahan dalam langkah kehidupan agar kita tidak mempersulit diri sendiri. Jika dikaitkan dengan penggunaan *e-banking* maka agar kita dalam melakukan transaksi ataupun kegiatan

---

<sup>66</sup>Andri Daisy Rahmad, Endang Siti Astuti dan Ryadi Riyadi, *Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 43 No 1, 2017, hlm. 38

<sup>67</sup>Popi Fauziati, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing Vol. 7 No 2, 2012, hlm. 82

yang berkaitan dengan perbankan bisa menjadi lebih mudah dan hemat waktu.

Jika seseorang merasa mudah dalam menggunakan *e-banking* maka semakin bertambah pula minat seseorang dalam menggunakan *e-banking*. Hal ini sesuai dengan penelitian Gilang Rizky Amijaya yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang menggunakan internet banking. Dari penjelasan tersebut maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.

#### 2.1.6 Kepercayaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Menurut Mulyana persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut yang mempengaruhi kita. Dari penjelasan Mulyana ini dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Menurut Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan disini merupakan suatu proses diterima dari stimulus oleh individu melalui alat penerimanya. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Dalam membina suatu hubungan kerja tentu diperlukan suatu sikap percaya kepada pihak lain. Seperti dinyatakan oleh Morgan dan Hunt (1994) bahwa kepercayaan menjadi ada dan eksis manakala suatu pihak memiliki keyakinan atas kemampuan dan integritas dari pihak lain. Menurut Kanter (1993) kepercayaan berkembang dari pengertian

yang saling menguntungkan yang berdasar pada nilai-nilai yang dibagi dan hal ini sangat penting bagi loyalitas. Kepercayaan mengacu pada keyakinan terhadap sesuatu dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebaikan atau keuntungan.

Mishra dan Morrissey (1990) mengatakan bahwa keterbukaan informasi, berbagi informasi yang penting, berbagi persepsi dan perasaan serta keterlibatan dalam pengambilan keputusan merupakan faktor-faktor yang dapat memfasilitasi kepercayaan. Sedangkan Butler (1991) dalam Mukherjee dan Nath, (2003) mengidentifikasi ada 11 kondisi yang dapat menyebabkan timbulnya kepercayaan, yaitu:

- a. Keleluasan (discreteness)
- b. Ketersediaan (availability)
- c. Kompetensi (competence)
- d. Konsistensi (consistency),
- e. Perlakuan adil (fairness)
- f. Integritas (integrity)
- g. Loyalitas (loyalty)
- h. Keterbukaan (openness)
- i. Kepercayaan secara keseluruhan (overall trust)
- j. Janji akan pemenuhan kebutuhan (promise fulfillment), dan
- k. Penerimaan (receptivity).

Mowen menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Maksud dari objek disini adalah berupa produk atau jasa, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Kepercayaan dapat diwujudkan apabila sebuah produk atau jasa telah memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, dimana konsumen akan puas terhadap produk tersebut.

Kepercayaan akan timbul apabila konsumen telah merasakan kepuasan karena telah mengkonsumsi atau menggunakan produk

dengan merek tertentu. Konsumen yang merasa nyaman dan percaya karena sebuah *brand* tidak akan mudah meninggalkan atau mengganti *brand* tersebut dengan produk merek lain.<sup>68</sup>

Trust atau kepercayaan dalam kerja sama strategik dapat di definisikan sebagai ekspektasi atau penilaian yang diberikan pada pihak lain yang akan diajak untuk bekerja sama dalam usahanya (Boersma, 1999 dalam Wahyuni, Ghauri and Postma, 2003). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Boersma, 1999 dalam Wahyuni, Ghauri and Postma, 2003 menunjukkan bahwa trust memiliki tiga dimensi, yaitu :

- a. *Promissory-based trust* : pernyataan kesanggupan sebagai dasar kepercayaan yang dapat dipegang untuk menjaga perjanjian baik secara lisan maupun tulisan.
- b. *Competence-based trust* : kepercayaan berdasar atas kompetensi yang dimiliki perusahaan tersebut.
- c. *Goodwill-based trust* : kemauan atau niatan baik sebagai dasar kepercayaan.

Ketiga dimensi di atas apabila salah satu atau keduanya tidak terpenuhi dapat mengurangi bahkan menghancurkan kepercayaan pada bagian dimensi yang lain. Hal ini mengindikasikan adanya negative impact pada hubungan kerja sama. Kepercayaan harus dipelihara secara *continue* (berkelanjutan) sebab seperti layaknya *house of card* (membuat rumah dari kartu), kepercayaan sulit dibangun dan mudah dihancurkan. Tidak ada pihak yang dapat dipercaya sejak awal selalu ada. Oleh karena itu perlu membuat sebuah hubungan jangka panjang untuk membangunnya. Jadi trust perlu dipelihara selama proses bisnis berlangsung.

---

<sup>68</sup>Arif Reza Maharama dan Noor Kholis, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Ekobis Vol. 19 No 02 Juli 2018, hlm 207-208

Jika seseorang sudah percaya dalam menggunakan *e-banking* maka semakin bertambah pula minat seseorang dalam menggunakan *e-banking*. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Brian Dwi Saputro dan Sukirno yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking.

Dari penjelasan tersebut maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H2 : Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.

#### 2.1.7 Keamanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Menurut Mulyana persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut yang mempengaruhi kita. Dari penjelasan Mulyana ini dapat disimpulkan bahwa persepsilah yang menentukan kita memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Menurut Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan disini merupakan suatu proses diterima dari stimulus oleh individu melalui alat penerimanya. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Masalah keamanan adalah salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi perbankan. Tujuan dari dibentuknya sistem keamanan dari *e-banking* adalah untuk mencegah, mengatasi, melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan illegal. Keamanan yang dirasakan nasabah menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan layanan *e-banking*.

Kemanan merupakan kondisi yang bebas dari ketakutan, kecemasan, atau kepedulian. Jaringan komunikasi yang aman dapat didefinisikan sebagai suatu jaringan dimana pengguna tidak merasakan ketakutan atau kecemasan sewaktu menggunakan jaringan. Komputer dan sistem jaringan yang tidak terbatas telah memberi kesempatan untuk mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi dan meningkatkan pendapatan. Sayangnya, ketergantungan tersebut menimbulkan risiko baru yang mengancam keamanan komputer dan sistem jaringan. Dengan demikian muncullah suatu tantangan baru untuk melindungi keamanan komputer dan sistem jaringan dari berbagai macam serangan keamanan.

Menurut Gary Lewis dan Kenneth Thygerson ada dua jenis sistem keamanan yang dipakai dalam internet banking, yaitu:

#### 1. Sistem *Cryptography*

Sistem ini menggunakan angka-angka yang dikenal dengan kunci (*key*). Sistem ini disebut juga dengan sistem sandi, ada dua tipe *cryptography* yaitu simetris dan asimetris. Pada sistem simetris menggunakan kode kunci yang sama bagi penerima dan pengirim pesan. Kelemahan dari sistem *cryptography simetris* adalah kunci ini harus dikirim pada pihak penerima dan hal ini memungkinkan seseorang untuk mengganggu di tengah jalan. Sistem *cryptography simetris* juga mempunyai kelemahan yaitu jumlah kecepatan pengiriman data menjadi berkurang karena adanya tambahan kode. Sistem ini biasanya digunakan untuk mengenali nasabah dan melindungi informasi finansial nasabah.

#### 2. Sistem *Firewall*

*Firewall* merupakan sistem yang digunakan untuk mencegah pihak-pihak yang tidak diijinkan untuk memasuki daerah yang dilindungi dalam unit pusat kerja perusahaan. *Firewall* berusaha untuk mencegah pihak-pihak yang mencoba masuk tanpa izin dengan cara melipatgandakan dan mempersulit hambatan-hambatan

yang ada. Namun yang perlu diingatkan adalah bahwa sistem *firewall* ini tidak dapat mencegah masuknya virus atau gangguan yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri.

Aspek keamanan komputer mempunyai beberapa lingkup yang penting, yaitu:

a. *Privacy & Confidentiality*

Hal yang paling penting dalam aspek ini adalah usaha untuk menjaga data dan informasi dari pihak yang tidak diperbolehkan mengaksesnya. *Privacy* lebih mengarah kepada data-data yang sifatnya privat. Sebagai contoh, email pengguna yang tidak boleh dibaca admin. Sedangkan *confidentiality* berhubungan dengan data yang diberikan kepada suatu pihak untuk hal tertentu dan hanya diperbolehkan untuk hal itu saja. Contohnya, daftar pelanggan sebuah ISP.

b. *Integrity*

Aspek ini mengutamakan data atau informasi yang tidak boleh diakses tanpa seizin pemiliknya. Sebagai contoh, sebuah email yang dikirim pengirim seharusnya tidak dapat dibaca orang lain sebelum sampai ke tujuannya.

c. *Authentication*

Hal ini menekankan mengenai keaslian suatu data/informasi, termasuk juga pihak yang memberi data atau yang mengaksesnya merupakan pihak yang dimaksud. Contohnya seperti penggunaan PIN/*password*.

d. *Availability*

Aspek yang berhubungan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan. Sebuah sitem informasi yang diserang dapat menghambat ketersediaan informasi yang diberikan.

e. *Access Control*

Aspek ini berhubungan dengan cara pengaksesan informasi. Hal ini biasanya berhubungan dengan klasifikasi data & *user*,



mekanisme *authentication* dan juga *privacy*. Seringkali digunakan dengan menggunakan kombinasi *user ID* atau *password* dengan metode lain seperti kartu atau *biometrics*.

f. *Non-Repudiation*

Hal ini menekankan agar sebuah pihak tidak dapat menyangkal telah melakukan transaksi atau pengaksesan data tertentu. Aspek ini sangat penting dalam hal *e-commerce*. Sebagai contoh, seseorang yang mengirim email pemesanan barang tidak dapat disangkal telah mengirim email tersebut.

Jika sistem keamanan *e-banking* telah terpenuhi maka semakin bertambah pula minat seseorang dalam menggunakan *e-banking*. Hal ini didukung dengan penelitian Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto yang menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang *e-banking*.

Dari penjelasan tersebut maka dapat diambil hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H3 : Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.<sup>69</sup>

## 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian yang Digunakan	Alat Analisis yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Ahmad dan Bambang Setiyo Pamudi (2014)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan	Variabel independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan,	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar	Variabel persepsi manfaat, keamanan, dan kestersediaan

<sup>69</sup>Rialda Annisya dan Maynina Norshela Hastuti, *Security System Layanan Internet Banking PT Bank Mandiri (Persero) Tbk*, Jurnal Sistem Komputer Vol. 2 No 2 November 2012, hlm.55-56

		<p>Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking)</p> <p>(Sumber: Ahmad dan Bambang Setiyo Pamudi, Jurnal Studi Manajemen Vol. 8 No. 1 April 2014)</p>	<p>keamanan, ketersediaan fitur.</p> <p>Variabel dependen: minat ulang menggunakan internet banking.</p>	<p>angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.</p>	<p>fitur mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan layanan internet banking, namun pada variabel persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang menggunakan layanan internet banking.</p>
2.	<p>Gilang Rizky Amijaya (2010)</p>	<p>Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking</p> <p>(Sumber: Gilang Rizky Amijaya,</p>	<p>Variabel independen: Persepsi Teknologi Informasi, kemudahan, resiko dan fitur layanan.</p> <p>Variabel dependen: minat ulang menggunakan internet banking.</p>	<p>Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.</p>	<p>Variabel persepsi teknologi informasi, kemudahan, resiko dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan internet banking.</p>

		Skripsi, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010)			
3.	Brian Dwi Saputro dan Sukirno (2013)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menggunakan Internet Banking  (Sumber: Brian Dwi Saputro dan Sukirno, Jurnal Nominal Vol. II No. 1, 2013)	Variabel independen: Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kecemasan berkomputer, kualitas layanan.  Variabel dependen: Minat menggunakan internet banking.	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar kuesioner, wawancara dan dokumentasi, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.	Variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan berpengaruh signifikan dengan minat menggunakan internet banking, sedangkan variabel kecemasan berkomputer tidak berpengaruh signifikan dengan minat menggunakan internet banking.
4.	Adi Prasetya Oktabriantono, Nihiluh Gede Erni Sulindawati dan Putu Eka Dianita Marvianti Dewi (2017)	Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Keamanan dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan <i>E-banking</i> pada Mahasiswa S1 Fakultas	Variabel independen: Persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, keamanan dan persepsi risiko.  Variabel dependen: penggunaan <i>e-banking</i> .	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji	Variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-banking</i> , sedangkan persepsi risiko tidak

		<p>Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha</p> <p>(Sumber: Adi Prasetya Oktabriantono, dkk., e-Journal <i>SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha</i> Vol. 8 No. 2, 2017)</p>		regresi linier berganda.	berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>e-banking</i> .
5.	Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto (2016)	<p>Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Aksestabilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara <i>E-banking</i></p> <p>(Sumber: Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto, Diponegoro Journal of Management Vol. 5 No. 1, 2016)</p>	<p>Variabel independen: Kemudahan penggunaan, kenyamanan aksestabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan pelanggan.</p> <p>Variabel dependen: minat bertransaksi ulang <i>e-banking</i>.</p>	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.	Variabel kemudahan penggunaan, kenyamanan aksestabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang <i>e-banking</i> .

6.	Gaby I. M. Walandouw, Peggy A. Mekel dan Agus S. Soegoto (2014)	<p>Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Pengaruhnya terhadap Kepercayaan Nasabah Bertransaksi <i>E-banking</i> melalui Kartu Debit Taplus BNI</p> <p>(Sumber: Gaby I. M. Walandouw, dkk., Jurnal <i>Emba</i> Vol. 2 No. 2 Juni 2014)</p>	<p>Variabel independen: Kualitas pelayanan dan citra merek.</p> <p>Variabel dependen: kepercayaan nasabah bertransaksi <i>e-banking</i>.</p>	<p>Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.</p>	<p>Variabel kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah bertransaksi <i>e-banking</i>.</p>
7.	Dorothy Rouly H. Pandjaitan (2013)	<p>Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kompetensi Tenaga Penjual dan Persepsi Kualitas Layanan terhadap Minat Penggunaan Jasa Layanan <i>E-banking</i> (Studi Kasus pada BNI Kantor Layanan UNISULA)</p> <p>(Sumber: Dorothy Rouly H. Pandjaitan, Jurnal <i>Proceeding</i></p>	<p>Variabel independen: Daya tarik iklan, kompetensi tenaga penjual dan kualitas layanan.</p> <p>Variabel dependen: minat penggunaan jasa layanan <i>e-banking</i>.</p>	<p>Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.</p>	<p>Variabel daya tarik iklan, kompetensi tenaga penjual dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan jasa layanan <i>e-banking</i>.</p>

		PESAT Vol. 5 Oktober 2013)			
8.	Dewi Rosa Indah (2016)	Pengaruh <i>E-banking</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa  (Sumber: Dewi Rosa Indah, Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol. 5 No. 2 November 2016)	Variabel independen: <i>E-banking</i> dan kualitas pelayanan.  Variabel dependen: loyalitas nasabah.	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.	Variabel <i>e-banking</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa.
9.	Wulan Pinontoan (2013)	Pengaruh <i>E-banking</i> , Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado  (Sumber:	Variabel independen: <i>e-banking</i> , kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan kepercayaan. Variabel dependen: loyalitas nasabah.	Alat analisis kuantitatif menggunakan lembar angket atau kuesioner, uji statistik yang digunakan yaitu uji regresi linier berganda.	Variabel <i>e-banking</i> , kualitas pelayanan, kualitas komunikasi dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado.

		Wulan Pinontoan , Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Desember 2013)			
--	--	--	--	--	--

### 2.3 Hipotesis

Kata hipotesis secara etimologi diambil dari kata *hypo* yang artinya kurang dari, dan juga *thesis* yang artinya pernyataan dan pendapat.<sup>70</sup> Hipotesis penelitian yakni suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis ini juga diartikan sebagai suatu perkiraan yang sifatnya sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>71</sup>

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Ho : Variabel kemudahan tidak akan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.
- H<sub>1</sub> : Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.
- Ho : Variabel kepercayaan tidak akan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.
- H<sub>2</sub> : Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.

<sup>70</sup>Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 81

<sup>71</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 76

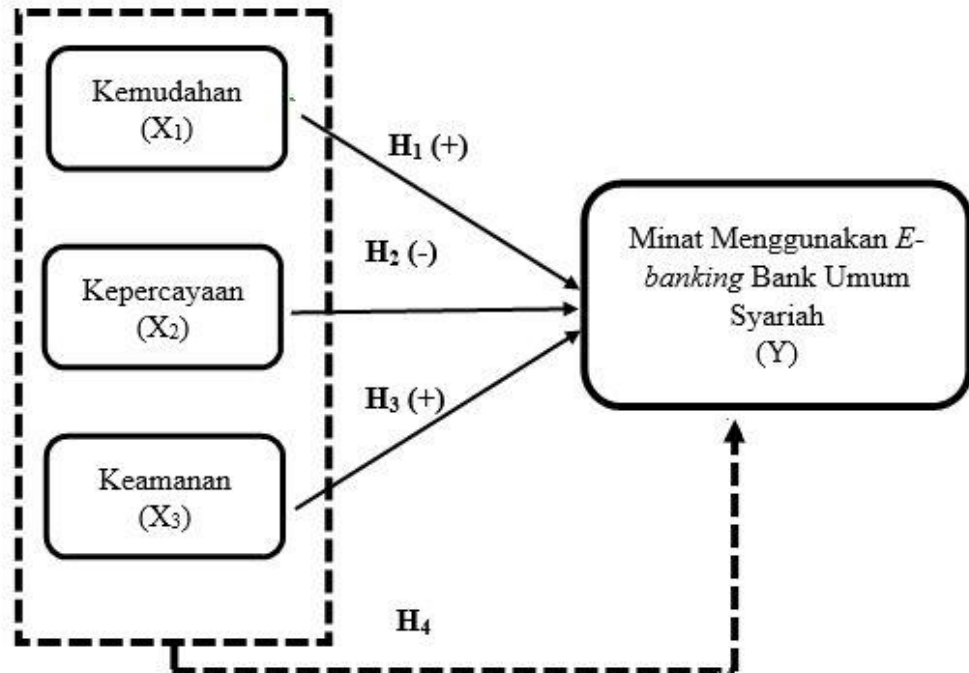
- H<sub>0</sub> : Variabel keamanan tidak akan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.
- H<sub>3</sub> : Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.
- H<sub>0</sub> : Variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan tidak akan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.
- H<sub>4</sub> : Variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank umum syariah.

#### **2.4 Kerangka Teori**

Bentuk konseptual penelitian ini dapat diterangkan melalui pemikiran teoritis pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1  
Kerangka Teori



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka.<sup>72</sup> Penggunaan tipe penelitian ini sesuai dengan tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji rumusan hipotesis penelitian untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh variabel kemudahan, kepercayaan, keamanan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *e-banking* bank umum syariah.

##### **3.1.2 Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber yang digunakan merupakan subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila dalam pengumpulan data peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara maka sumber data dinamakan responden, yakni orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh peneliti, baik pertanyaan tertulis ataupun lisan.<sup>73</sup>

Sumber data yang digunakan yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

---

<sup>72</sup>Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2005, hlm. 93.

<sup>73</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, hlm. 129.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber kedua yang didapat dari jurnal, buku, penelitian sebelumnya dll atau data-data yang berkesinambungan dengan penelitian. Bisa juga disebut data yang berasal dari orang-orang kedua atau data yang tidak datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dalam penelitian, oleh karena itu beberapa sumber data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut. Untuk mendapatkan data sekunder peneliti mengambil sejumlah data dari buku-buku, jurnal, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan menggunakan data sekunder sebagai pendukung data primer berupa teori dan penelitian sebelumnya terkait minat dalam menggunakan *e-banking*.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek maupun objek yang terdapat dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>74</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan 2015-2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh informasi bahwa jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2015-2017 dapat dilihat pada tabel berikut :

---

<sup>74</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Cet. 3*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, hlm. 74

Tabel 3.1  
Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Angkatan Tahun 2015-2018

No.	TahunAka demik	Perban kan Syariah (D3)	Perbankan Syariah (S1)	Akuntansi Syariah	Ekonomi Islam	Manaje men	Jumlah
1	2015/2016	121	153	77	168	-	519
2	2016/2017	129	132	130	193	-	584
3	2017/2018	76	171	126	174	-	547
4	2018/2019	139	324	296	693	42	1494
Jumlah		465	780	629	1228	42	3144

Sumber: forlap.ristekdikti.go.id (data diolah)

### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian jumlah dari populasi. Apabila populasi cukup besar dan peneliti merasa tidak memungkinkan untuk mempelajari semua populasi, misal karena keterbatasan waktu, tenaga bahkan dana, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi ini. Apa yang diperoleh dari sampel ini, maka kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu sampel yang akan diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.<sup>75</sup>

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran sempel yaitu menggunakan teknik Slovin dengan rumus:

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

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (margin of error)

<sup>75</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2014, hlm. 62.

Dalam penelitian ini menggunakan menggunakan tingkat perkiraan kesalahan (e) sebesar 10%. Maka perhitungannya:

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

$$n = \frac{3144}{1 + 3144 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{3144}{1 + 3144 (0,01)}$$

$$n = \frac{3144}{1 + 31,44}$$

$$n = \frac{3144}{32,44}$$

$$n = 96,917$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* yakni sampel diambil oleh peneliti secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi yang homogen. Artinya semua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Hal ini agar sampel dapat berdistribusi dengan baik, oleh karena itu populasi dibuat secara acak.<sup>76</sup>

Pengambilan sampel ini menggunakan teknik sensus, dimana salah satu keuntungannya penelitian memperoleh tingkat ketepatan yang tinggi karena sampel yang diperoleh sama dengan populasi atau bisa juga diartikan bahwa sampel tersebut sudah mewakili kondisi yang *real*.<sup>77</sup>

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua cara peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data, yaitu:

---

<sup>76</sup>Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 138.

<sup>77</sup>Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012, hlm. 23.

### 3.3.1 Studi lapangan (*FieldResearch*)

Studi yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh suatu data dari objek penelitian. Metode yang digunakan dalam pengambilan data dari penelitian ini yakni metode *survey* yang artinya peneliti menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo. Kuesioner yang digunakan penulis berisi sejumlah pertanyaan tertulis guna memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang berkaitan dengan responden atau hal-hal yang ingin diketahui dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.<sup>78</sup>

Kuesioner dilihat dari kategori jenis, jawaban dan bentuknya sebagai berikut:<sup>79</sup>

1. Jenis Kuesioner:
  - a. Kuesioner terbuka, yakni responden dapat menjawab kuesioner dengan kehendak dan kalimatnya sendiri.
  - b. Kuesioner tertutup, yakni sudah tersedia jawaban dalam kuesioner sehingga responden hanya tinggal memberikan tanda centang pada kolom yang sesuai.
2. Jawaban yang diberikan, ada:
  - a. Kuesioner langsung, yakni responden menjawab sesuai dengan keadaan dirinya.
  - b. Kuesioner tidak langsung, yakni responden menjawab tentang orang lain.
3. Bentuknya maka ada:
  - a. Kuesioner pilihan ganda, atau sama dengan kuesioner tertutup.
  - b. Kuesioner isian, atau sama dengan kuesioner terbuka.
  - c. Check list, adalah sebuah daftar dimana responden hanya tinggal memberikan tanda centang (√) pada kolom yang sesuai.

---

<sup>78</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013, hlm. 101

<sup>79</sup>*Ibid*, hlm. 102-104

- d. Skala bertingkat (*rating-scale*) atau dikenal dengan sebutan Skala Likert, yakni pernyataan yang disertai kolom-kolom yang menunjukkan suatu tingkatan, baik misalnya dari tingkatan sangat tidak setuju sampai tingkatan sangat setuju.

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung tertutup, karena telah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih mana yang sesuai dengan dirinya, dan dari bentuknya penelitian ini menggunakan skala interval berupa skala bertingkat (*rating-scale*) yang menunjukkan tingkatan berupa jawaban dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Sistem pengolahan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yang artinya skala yang digunakan untuk menilai pendapat, sikap serta persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial ke dalam lima poin skala dengan interval yang sama. Skala ini diperuntukkan variabel independen X1, X2 dan X3 dan variabel dependen Y. Berikut sekur pernyataan kuesioner sebagai berikut:<sup>80</sup>

Tabel 3.2  
Skor Pernyataan  
Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan Y

No	Pernyataan	Skor
1	Jawaban sangat setuju (SS)	5
2	Jawaban setuju (S)	4
3	Jawaban kurang setuju (KS)	3
4	Jawaban tidak setuju (TS)	2
5	Jawaban sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sofyan, 2013

<sup>80</sup>Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, hlm.26.

### 3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

#### 3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu aspek atau ciri yang akan menjadi objek penelitian yang digunakan peneliti untuk diambil kesimpulan. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas atau biasa disebut variabel independen yakni suatu variabel yang mempunyai pengaruh besar untuk mempengaruhi variabel lainnya. Atau variabel yang menjadi sebab munculnya variabel terikat. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3).

##### 2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat atau biasa disebut variabel dependen yakni suatu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Atau variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>81</sup> Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat menggunakan *e-banking* bank umum syariah (Y).

#### 3.4.2 Pengukuran

Pengukuran adalah suatu rangkaian deduktif. Yang berawal dari suatu rancangan, ide, konsep yang selanjutnya penulis susun perangkat ukur untuk diamati secara.<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup>Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008, hlm. 115.

<sup>82</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, 2012, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hlm. 89.



Tabel 3.3  
Definisi Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kemudahan (X1)	Persepsi kemudahan dapat didefinisikan sebagaimana seseorang dapat menggunakan suatu teknologi dengan mudah dan terbebas dari upaya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)</li> <li>2. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)</li> <li>3. Jelas dan dapat dimengerti (<i>clear and understandable</i>)</li> <li>4. Efisiensi waktu</li> </ol>	Diukur menggunakan skala likert melalui suatu angket
Kepercayaan (X2)	Merupakan suatu bentuk keyakinan seseorang yang ditunjukkan ketika mengambil suatu keputusan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keandalan</li> <li>2. Kepercayaan informasi</li> <li>3. Jaminan kerahasiaan data</li> </ol>	Diukur menggunakan skala likert melalui suatu angket
Keamanan (X3)	Tujuan dari sistem keamanan adalah untuk mencegah, mengatasi, melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan illegal.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem keamanan bank</li> <li>2. Sistem kerahasiaan bank</li> </ol>	Diukur menggunakan skala likert melalui suatu angket
Minat	Kecenderunga	1. Kecenderungan	Diukur

Menggunakan <i>E-banking</i> Bank Umum Syariah	n seseorang untuk tertarik menggunakan <i>e-banking</i> .	mencari informasi 2. Kecenderungan menggunakan 3. Kecenderungan mereferensikan	menggunakan skala likert melalui suatu angket
--	---	--	---

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan apabila data dari semua responden maupun data lainnya telah terkumpul. Rangkaian dalam analisis data yaitu mengelompokkan data dari seluruh responden berdasarkan variabel, menyajikan data antar variabel, melaksanakan perhitungan guna menjawab rumusan masalah, serta melaksanakan perhitungan guna menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>83</sup>

Dalam penelitian ini analisis data yang diperoleh menggunakan bantuan teknologi komputer dengan menggunakan program SPSS 23. Diperlukan pengujian instrumen melalui uji validitas dan uji reliabilitas juga uji asumsi klasik terlebih dahulu sebelum melakukan uji regresi linier berganda. Setelah melakukan semua rangkaian uji tersebut, maka selanjutnya melakukan uji regresi linier berganda.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Tujuan melaksanakan uji validitas yaitu untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dinyatakan valid suatu kuesioner apabila kuesioner tersebut mampu menjelaskan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka suatu kuesioner dinyatakan valid. Namun sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.<sup>84</sup>

<sup>83</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*. Cet. Ketiga, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014 hlm. 238.

<sup>84</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Dengan Program IBM SPSS 20* UNDIP, Semarang, 2012, hlm. 52.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai tolak ukur yang menunjukkan sampai sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap mempunyai konsistensi bilamana dilakukan pengukuran berulang ataupun lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama. Dinyatakan handal atau reliabel suatu kuesioner jika jawaban pernyataan dari responden stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Suatu pertanyaan variabel dikatakan reliabel jika nilai *Alpha* melebihi 0,6. Tingkat reliabilitas suatu data dihitung dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.<sup>85</sup>

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum melaksanakan uji hipotesis melalui uji t, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji F dengan tujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi,<sup>86</sup> maka perlu dilakukan adanya beberapa pengujian asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedestisitas.

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) maupun variabel terikat (dependen) berdistribusi normal atau tidak. Bentuk regresi dikatakan baik apabila data berdistribusi normal atau mendekati normal.

Uji normalitas data yang digunakan adalah *test of normality kolmogorov-semirnov* di dalam SPSS.

---

<sup>85</sup>Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm.135.

<sup>86</sup>Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016, hlm. 92.

Pengambilan keputusan didasarkan probabilitas (*asymptotic significant*) dengan ketentuan:<sup>87</sup>

1. Distribusi akan populasi dikatakan normal jika probabilitas  $> 0,05$ .
2. Sebaliknya, populasi dikatakan tidak berdistribusi secara normal jika probabilitas  $< 0,05$ .

Data dapat dikatakan normal juga dapat dilihat melalui plot grafik histogram. Dimana jika gambaran data yang tersebar mengikuti garis diagonal, maka dapat tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

### 3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model regresi ditemukan ada atau tidaknya kolerasi antar beberapa variabel bebas atau variabel independen. Apabila nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 dan mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih besar dari angka 10 maka dapat dikatakan suatu variabel mempunyai masalah multikolinearitas.<sup>88</sup>

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi, dimana model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang homoskedastisitas. Uji glejser merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup>Dwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media cet.1, 2010, hlm.54-58.

<sup>88</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen Cet 3*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014, hlm 242.

<sup>89</sup>Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013, hlm. 107.

Dalam uji glejser, dasar keputusan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikan (Sig.) lebih dari 0,05.
2. Namun sebaliknya, dalam model regresi dikatakan terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikan (Sig.) lebih kurang dari 0,05.

#### 3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan linier antar beberapa variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat,

X<sub>1</sub> = Kemudahan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Keamanan

a = Konstanta

b = Parameter regresi

e = *error disturbances*

##### 3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin banyaknya kemampuan variabel X menerangkan variabel Y ditandai dengan hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang semakin besar (mendekati satu) dimana  $0 < R^2 < 1$ . Namun, apabila hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mendekati nol atau semakin kecil, maka dapat dikatakan pengaruh variabel-variabel bebas juga kecil terhadap variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan

tidak cukup kuat untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>90</sup>

#### 3.5.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Perumusan hipotesis statistik sebagai berikut:

- a. X1, X2 dan X3 dikatakan secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y apabila  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ .
- b. X1, X2 dan X3 dikatakan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Y apabila  $H_1 : \beta_1 = \beta_2 \neq 0$ . (Sudjana, 1996:355)

Kaidah untuk pengambilan keputusan:

- a.  $H_0$  ditolak jika nilai F hitung  $>$  F tabel.
- b.  $H_0$  diterima jika nilai F hitung  $<$  F tabel.

Kaidah dalam pengambilan keputusan Uji-F menggunakan SPSS adalah:

- a.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika nilai probabilitas  $>$  0.05.
- b.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika nilai probabilitas  $<$  0.05.

Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel untuk menguji adanya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup>Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta: Andi, 2010, hlm. 89.

<sup>91</sup>Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 2007, hlm. 523.

### 3.5.4.3 Uji t

Uji t Parsial dilakukan guna mengetahui pengaruh dari tiap-tiap variabel bebas atau variabel independen secara individual.

#### 1. Perumusan hipotesis statistik

- a. X1, X2 dan X3 secara parsial/ sendiri-sendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap Y apabila  $H_0 : \beta_1 = 0$ .
- b. X1, X2 dan X3 secara parsial/ sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap Y apabila  $H_1 : \beta_1 > 0$ .

#### 2. Kaidah pengambilan keputusan

- a. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

Ketentuan kaidah yang digunakan dalam melaksanakan uji-t dalam SPSS adalah :

- a.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika probabilitas  $> 0.05$ .
- b.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika probabilitas  $< 0.05$ .<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup>*Ibid.*, hlm. 525.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang**

Pada awal pertumbuhan Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang (IAIN) di Indonesia memiliki keterkaitan dengan lembaga pendidikan yang mendahului. Pada tahun 1950 merupakan awal mula lahirnya IAIN ditandai dengan berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di Yogyakarta. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, PTAIN dirasa belum memenuhi harapan, oleh karenanya pemerintah mendirikan ADIA yang merupakan kepanjangan dari Akademi Dinas Ilmu Agama. ADIA didirikan di Jakarta berdasarkan penetapan Menteri Agama No. 1 Tahun 1957 tanggal 1 Januari. Berbeda dengan PTAIN, ADIA lebih merupakan lembaga pendidik guru agama yang memiliki tujuan untuk mendidik dan mempersiapkan pegawai negeri dengan ijazah akademi untuk dijadikan ahli didik agama di sekolah-sekolah lanjutan. Adanya keberadaan ADIA sendiri mempengaruhi kelahiran IAIN, lahirnya IAIN sebenarnya merupakan gabungan antara PTAIN di Yogyakarta dengan ADIA di Jakarta berdasarkan Peraturan Presiden Nomor: 11 tahun 1960, tanggal 9 Mei 1960 yang bisa juga disebut dengan nama Al-Jami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyyah Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penggabungan PTAIN dan ADIA memperbesar kapasitas IAIN termasuk jumlah fakultasnya, dimana yang semula PTAIN hanya memiliki jurusan Qadla', Dakwah dan Tarbiyah sedangkan ADIA yang hanya memiliki jurusan Bahasa Arab dan Pendidikan Agama kini berubah menjadi IAIN. Berkat penggabungan itu, PTAIN yang semula hanya mempunyai jurusan Qadla', Dakwah dan Tarbiyah, sedangkan ADIA yang memiliki jurusan Bahasa Arab dan



Pendidikan Agama berubah menjadi IAIN yang memiliki empat fakultas, dimana yang semula jurusan Qadla' berubah menjadi Fakultas Syari'ah, jurusan Dakwah berubah menjadi Fakultas Ushuluddin dan juga jurusan Tarbiyah dan Pendidikan Agama berubah menjadi Fakultas Adab.<sup>93</sup>

Sejak tahun 1963 hingga 1998, IAIN mengalami masa stagnan yang panjang. Setelah datangnya era reformasi pada tahun 1998 baru terjadi perkembangan perkembangan yang signifikan. Setelah adanya reformasi IAIN mempunyai perkembangan baru dimana beberapa fakultas di daerah (fakultas cabang) dari tiap-tiap IAIN berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dengan status otonom. Sebagian STAIN berubah menjadi IAIN, dan IAIN berubah menjadi UIN.<sup>94</sup> Sejak 19 Desember 2014 IAIN Walisongo resmi berubah menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo bersamaan dengan dua UIN lainnya yaitu UIN Palembang dan UIN Sumut. Peresmian dan penandatanganan prasasti dilakukan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka. Sedangkan berdirinya FEBI IAIN Walisongo Semarang di latar belakang oleh problematika perekonomian rakyat, seperti pengangguran, kemiskinan dan kesenjangan ekonomi yang kian meluas tidak teratasi. Berbagai tawaran konsep baik teoritis maupun praktis dalam teori ekonomi konvensional yang didominasi paham neoklasikal banyak bermunculan dalam kajian ekonomi. Namun seolah tidak mau kalah, problematika perekonomian semakin rumit dan terus melaju seiring dengan maraknya kajian tersebut. Kondisi demikian menimbulkan semacam keputusan terhadap teori ekonomi konvensional yang kapitalistis dengan munculnya pernyataan bahwa teori ekonomi telah mati.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup>Buku Panduan Program Sarjana (S.1) dan Diploma 3 (D.3) IAIN Walisongo Tahun Akademik 2013/2014, Kementerian Agama IAIN Walisongo, 2013, hlm. 1 -2

<sup>94</sup>Ibid, hlm. 3-4

<sup>95</sup>Ibid, hlm. 15

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang memiliki kewajiban moral didaktif untuk menawarkan sistem ekonomi syaria'ah sebagai pilar ekonomi Indonesia Baru menggantikan sistem ekonomi konvensional yang telah gagal membangun perekonomian Indonesia. Kewajiban untuk menawarkan sistem Ekonomi dan Bisnis Islam yang tidak hanya sebatas pada konsepsi akan tetapi lebih dari itu hingga pada implementasi mengupayakan ketersediaan sumber daya manusia yang mampu menerjemahkan syaria'ah kedalam relung-relung perniagaan sistem ekonomi masyarakat. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013, diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dilatarbelakangi beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan Nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan akan datang.
- b. Banyaknya bank-bank konvensional yang membuka layanan syariah, disamping tentu telah banyaknya lahir bank-bank syariah baru. Saat ini tercatat bberapa bank umum yang telah mmbuka pelayanan syaria'ah yakni Bank II, Bank Syaria'ah Danamon, BRI Syai'ah, BCA Syaria'ah dan lain-lain. Dan tentunya semakin semaraknya masyarakat mendirikan Bank Perkreditan Syaria'ah (BPRS) dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) menjadi bukti bahwa sistem perbankan syaria'ah mulai diterima dan bahkan akan menjadi sistem perbankan alternatif. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak yang dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga proesional perbankan syaria'ah pada saat ini maupun akan datang. Banyaknya

lulusan Madrasah Aliyah maupun SMU yang lebih memilih kuliah ke perguruan tinggi umum hanya dikarenakan program studi perguruan tinggi umum lebih prospektif, lebih marketable dan menjanjikan bidang lapangan kerja yang lebih luas. Padahal baik lulusan MA ataupun SMU merupakan *basic-source* calon mahasiswa. Oleh karenanya, diperlukan terobosan pembukaan program studi baru di lingkungan Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih aplikatif dan ditunjang dengan jaringan pengelolaan dan pemagangan yang profesional.

- c. Keberadaan tenaga ahli ekonomi dan perbankan syariah semakin diperlukan. Hal tersebut dilihat dari semakin banyaknya bank-bank umum konvensional yang membuka pelayanan syariah.
- d. IAIN Walisongo terletak di wilayah sentra ekonomi dan kawasan industri yang banyak dikelilingi berbagai jenis industri, unit usaha serta berbagai lembaga keuangan. Wilayah ini sangat kondusif bagi kegiatan akademis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Didirikannya fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo menjadi semacam simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dengan dunia usaha.<sup>96</sup>

#### 4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

##### a. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

“Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038”.

##### b. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

---

<sup>96</sup><http://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>, diakses pada tanggal 4 November 2019, pukul 02.02

- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
  - 3) Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
  - 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis islam.
  - 5) Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
  - 6) Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional
- c. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 1) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional bidang ekonomi dan bisnis islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
  - 2) Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis islam yang kontribusi bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.
  - 3) Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai islam di bidang ekonomi dan bisnis.
  - 4) Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi islam dalam kearifan lokal dalam berekonomi.
  - 5) Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan.

6) Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.<sup>97</sup>

#### 4.1.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Tabel 4.1

Struktur Organisasi dan Kelembagaan FEBI UIN Walisongo

<b>NAMA / NIP</b>	<b>JABATAN</b>
Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. 197003211996031003	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. H.Nur Fatoni, M.Ag. 197308112000031004	Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kemahasiswaan
H. Khoirul Anwar, M.Ag. 196904201996031002	Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan
Drs.H.Saekhu., M.H. 196901201994031004	Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
Dr. Ali Murtado, M.Ag 197108301998031003	Ketua Prodi S2 Ekonomi Syariah
Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A. 197512182005011002	Sekretaris Prodi S2 Ekonomi Syariah
H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag 196701191998031002	Ketua Prodi SI Ekonomi Islam
Nurudin, SE., MM 199005232015031004	Sekretaris Prodi SI Ekonomi Islam
H.Muchamad Fauzi, SE., MM. 197302172006041001	Ketua Prodi SI Manajemen

<sup>97</sup><http://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>, diakses pada tanggal 4 November 2019, pukul 02.30

Fajar Adhitya, S.Pd., MM. 198910092015031003	Sekretaris Jurusan SI Manajemen
A Turmudzi, S.H., M.Ag 196907082005011004	Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
Choirul Huda, M.Ag 197601092005011002	Sekretaris Prodi D3 Perbankan Syariah
Dr.Ratno Agriyanto, M.Si. 198001282008011010	Ketua Prodi Akuntansi Syariah
Warno, SE., M.Si 198307212015031002	Sekretaris Prodi Akuntansi Syariah
Heny Yuningrum, S.E., M.Si. 198006102009012009	Ketua Prodi SI Perbankan Syari'ah
Muyassarrah, MSI -	Sekretaris Prodi SI Perbankan Syari'ah

## 4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisonggo Semarang. Mahasiswa yang menjadi responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan data dari hasil kuesioner kepada 100 responden, diperoleh kondisi responden tentang program studi, dan tingkatan semester responden.

### 4.2.1 Program Studi Responden

Sebanyak 100 responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdasarkan program studi responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.2  
Program Studi Responden

No	Program Studi	Frekuensi	Presentase
1.	D3 Perbankan Syariah	9	9%
2.	S1 Perbankan Syariah	19	19%
3.	Ekonomi Islam	39	39%
4.	Manajemen	10	10%
5.	Akuntansi Syariah	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: data primer (diolah)

Tabel diatas menunjukkan jumlah responden Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdasarkan program studi yaitu responden dengan program studi D3 Perbankan Syariah sebanyak 9 mahasiswa atau dengan persentase 9%. Mahasiswa dengan program studi S1 Perbankan Syariah sebanyak 19 mahasiswa atau dengan presentase 19%. Mahasiswa dengan program studi Ekonomi Islam sebanyak 39 mahasiswa atau dengan presentase 39%. Mahasiswa dengan program Manajemen sebanyak 10 mahasiswa atau dengan presentase 10%. Mahasiswa dengan program studi Akuntansi Syariah sebanyak 23 mahasiswa atau dengan presentase 23%.

#### 4.2.2 Tingkat semester Responden

Sebanyak 100 responden di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdasarkan semester responden dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.3  
Tingkat Semester Responden

No	Semester	Frekuensi	Presentase
1.	Tiga	14	14%
2.	Lima	39	39%

3.	Tujuh	35	35%
4.	Sembilan	12	12%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah 2019.

Tabel tersebut menjelaskan bahwa jumlah responden Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdasarkan semester yaitu mahasiswa dengan semester tiga sebanyak 14 mahasiswa atau dengan presentase 14%. Mahasiswa dengan semester lima sebanyak 39 mahasiswa atau dengan presentase 39%. Mahasiswa dengan semester tujuh sebanyak 35 mahasiswa atau dengan presentase 35%. Mahasiswa dengan semester sembilan sebanyak 12 mahasiswa atau dengan presentase 12%.

### 4.3 Analisis Data dan Interpretasi Data

#### 4.3.1 Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas guna mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Suatu variabel dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  bernilai positif dan besaran  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sebaliknya variabel dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  bernilai negatif dan besaran  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Perolehan hasil  $r_{hitung}$  didapatkan dari hasil uji validitas dalam output kolom *correlations*. Sedangkan perolehan  $r_{tabel}$  didapat dari derajat kebebasan yaitu *degree of freedom* atau  $df = N-3$ , dimana nilai N bermakna jumlah responden yakni 100 responden dan 3 sendiri merupakan jumlah variabel bebas atau variabel independen, diketahui  $df = 100 - 3$  atau  $df = 97$  dan nilai alpha 0,05, maka dapat diperoleh nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,197. Pertanyaan dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  dari tiap-tiap item pertanyaan variabel X1, X2, X3 dan Y lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,197. Hasil uji validitas dari tiap-tiap variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 4.4  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1.1	0,769	0,197	Valid
	X1.2	0,788	0,197	Valid
	X1.3	0,768	0,197	Valid
	X1.4	0,810	0,197	Valid
	X1.5	0,732	0,197	Valid
	X1.6	0,821	0,197	Valid
	X1.7	0,750	0,197	Valid
	X1.8	0,812	0,197	Valid
	X1.9	0,835	0,197	Valid
	X1.10	0,802	0,197	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,875	0,197	Valid
	X2.2	0,858	0,197	Valid
	X2.3	0,753	0,197	Valid
	X2.4	0,816	0,197	Valid
	X2.5	0,796	0,197	Valid
	X2.6	0,876	0,197	Valid
	X2.7	0,863	0,197	Valid
	X2.8	0,810	0,197	Valid
	X2.9	0,833	0,197	Valid
Keamanan (X3)	X3.1	0,854	0,197	Valid
	X3.2	0,863	0,197	Valid
	X3.3	0,839	0,197	Valid
	X3.4	0,748	0,197	Valid
	X3.5	0,857	0,197	Valid

	X3.6	0,836	0,197	Valid
	X3.7	0,846	0,197	Valid
Minat Menggunakan <i>E-banking</i> Bank Umum Syariah (Y)	Y.1	0,857	0,197	Valid
	Y.2	0,849	0,197	Valid
	Y.3	0,832	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah 2020

Dapat kita ketahui nilai  $r_{hitung}$  dalam tabel dari setiap item pertanyaan tiap-tiap variabel nilainya lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,197$ , maka jika  $r_{hitung}$  bernilai positif dan besarnya  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dari seluruh item pertanyaan dapat dikatakan valid. Jadi kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan tabel data tersebut bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai tolak ukur yang menunjukkan sampai sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap mempunyai konsistensi bilamana dilakukan pengukuran berulang ataupun lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama. Setiap item kuesioner jika mempunyai nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$  dapat dikatakan reliabel. Dan mempunyai nilai *cronbach's alpha*  $< 0,60$  dapat dikatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dari tiap-tiap variabel kemudahan, kepercayaan, keamanan dan minat menggunakan *e-banking* Bank umum syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

#### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kemudahan	0,932	10	Reliabel
Kepercayaan	0,944	9	Reliabel

Kemanan	0,927	7	Reliabel
Minat Menggunakan <i>E-banking</i> Bank Umum Syariah	0,799	3	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel kemudahan, kepercayaan, keamanan dan minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah nilainya lebih besar dari batas minimal yaitu 0,60. Jadi kesimpulan berdasarkan data tersebut maka variabel kemudahan, kepercayaan, keamanan dan minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah dinyatakan reliabel.

#### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum melaksanakan uji hipotesis melalui uji t, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji F dengan tujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, maka perlu dilakukan adanya beberapa pengujian asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedestisitas.

##### 4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) maupun variabel terikat (dependen) berdistribusi normal atau tidak. Bentuk regresi dikatakan baik apabila data berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji *Kolmogorov Smirnov* merupakan salah satu uji untuk melakukan uji normalitas. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai probabilitas positif atau nilai signifikansi (Sig) > 0,05, sedangkan data dikatakan tidak berdistribusi normal jika probabilitas negative atau nilai signifikansi (Sig) < 0,05. Data dapat dikatakan normal

dengan melihat grafik histogram, jika sebaran data mengikuti alur garis diagonal maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* serta melihat diagram P-P Plot yaitu dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov Smirnov

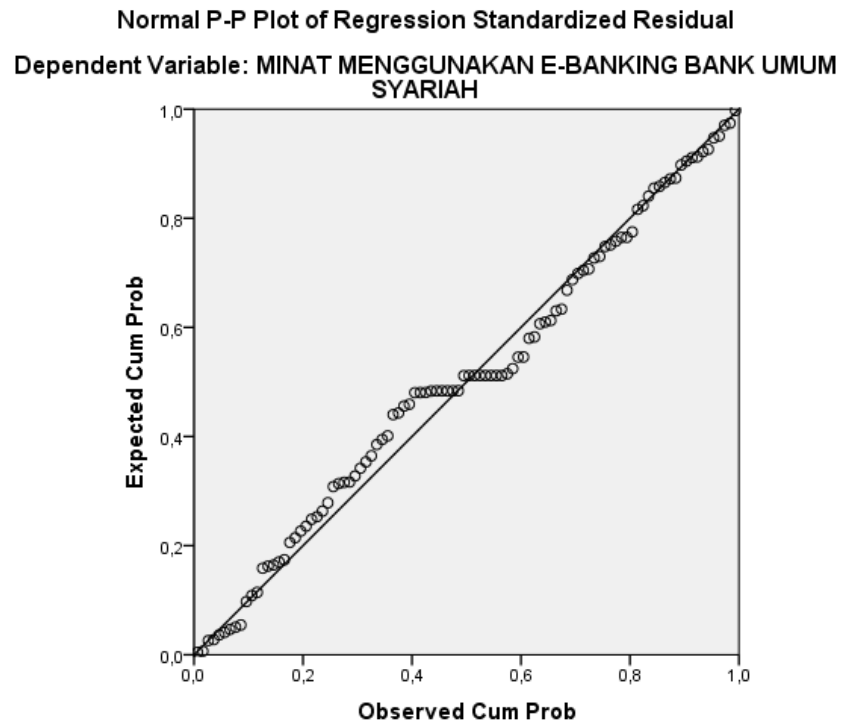
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97891532
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,065
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,115 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah 2020

Dalam tabel uji Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,115 lebih besar dari 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov Smirnov tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 4.1  
Uji Normalitas dengan Melihat Diagram Histogram



Sumber: Data Primer diolah 2020

Dari diagram Normal P-P Plot dapat dilihat bahwa sebaran data mengikuti alur garis diagonal. Maka berdasarkan diagram tersebut dapat disimpulkan data penelitian berdistribusi normal.

#### 4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu model regresi ditemukan ada atau tidaknya kolerasi antar beberapa variabel bebas atau variabel independen. Apabila nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 dan mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih besar dari angka 10 maka dapat dikatakan suatu variabel mempunyai masalah multikolinieritas. Hasil Uji multikolinieritas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,321	,892		,360	,720		
	KEMUDAHAN	,155	,030	,453	5,087	,000	,432	2,315
	KEPERCAYAAN	,039	,042	,113	,920	,360	,227	4,411
	KEAMANAN	,147	,049	,332	2,983	,004	,277	3,613

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN *E-BANKING* BANK UMUM SYARIAH

Sumber: Data Primer diolah 2020

Dari data tabel dapat dilihat nilai VIF variabel kemudahan  $2,315 < 10$ , dan nilai toleransinya  $0,432 > 0,10$ . Nilai VIF variabel kepercayaan  $4,411 < 10$ , dan nilai toleransinya  $0,227 > 0,10$ . Nilai VIF variabel keamanan  $3,613 < 10$ , dan nilai toleransinya  $0,277 > 0,10$ . Berdasarkan hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF  $< 10$  dan nilai toleransi  $> 0,10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada asumsi multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

#### 4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi, dimana model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas atau yang homoskedastisitas. Uji glejser merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dengan uji glester melalui SPSS 23 sebagai berikut:

Tabel 4.8  
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,392	,575		2,421	,017
	KEMUDAHAN	,017	,020	,135	,886	,378
	KEPERCAYAAN	-,012	,027	-,090	-,429	,669
	KEAMANAN	-,034	,032	-,201	-1,061	,292

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer diolah 2020

Dari data tabel dapat dilihat nilai signifikan variabel kemudahan  $0,378 > 0,05$ , nilai signifikan variabel kepercayaan  $0,669 > 0,05$  dan nilai signifikan variabel keamanan  $0,292 > 0,05$ . Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser masing-masing variabel memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan linier antar beberapa variabel independen dengan variabel dependen. Dari hasil pengujian diperoleh hasil regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 4.9  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,321	,892		,360	,720
	KEMUDAHAN	,155	,030	,453	5,087	,000

	KEPERCAYAAN	,039	,042	,113	,920	,360
	KEAMANAN	,147	,049	,332	2,983	,004
a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN <i>E-BANKING</i> BANK UMUM SYARIAH						

Sumber: Data primer diolah 2020

Berdasarkan data pada tabel diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,321 + 0,155x_1 + 0,039x_2 + 0,147x_3$$

Dimana:

Y : variabel dependen (minat menggunakan *e-banking* bank umum syariah)

X1 : variabel independen (kemudahan)

X2 : variabel independen (kepercayaan)

X3 : variabel independen (keamanan)

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. a (constant) sebesar 0,321 menjelaskan bahwa apabila variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3) diibaratkan sama dengan nol atau dianggap tidak ada, maka nilai minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah (Y) sebesar 0,321
2. b1 (koefisien regresi kemudahan) sebesar 0,155 menyatakan bahwa jika variabel kemudahan (X1) ditingkatkan, dalam hal ini indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dimengerti serta efisien waktu maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah akan meningkat sebesar 0,155 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).
3. b2 (koefisien regresi kepercayaan) sebesar 0,039 menyatakan bahwa jika variabel kepercayaan (X2) ditingkatkan, dalam hal ini indikator kehandalan, kepercayaan informasi serta jaminan kerahasiaan data maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah akan



meningkat sebesar 0,039 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).

4. b3 (koefisien regresi keamanan) sebesar 0,147 menyatakan bahwa jika variabel keamanan (X3) ditingkatkan, dalam hal ini indikator sistem keamanan bank serta sistem kerahasiaan bank maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah akan meningkat sebesar 0,147 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).

#### 4.3.4.1 Analisis Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana variabel bebas atau variabel independen antara lain kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3). Hasil uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,820 <sup>a</sup>	,672	,662	,99409
a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN				
b. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN <i>E-BANKING</i> BANK UMUM SYARIAH				

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai R Square sebesar 0,672 atau presentase sebesar 67,2%. Nilai R Square tersebut menjelaskan bahwa variabel independen atau variabel bebas berupa kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3) dapat menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat yakni minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah (Y) sebesar 67,2%,

dan sisanya ( $100\% - 67,2\% = 32,8\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### 4.3.4.2 Uji Signifikasi Simultan F

Uji F dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel-variabel independen yakni kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3) terhadap variabel dependen yakni minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah (Y) secara bersama-sama.

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikasi dan nilai alpha 0,05, variabel bebas atau variabel independen secara bersama-sama dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen jika nilai Sig < 0,05, akan tetapi variabel bebas atau variabel independen secara bersama-sama dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen jika nilai Sig > 0,05. Uji F juga dapat dilihat dari F hitung, jika nilai F hitung > F tabel maka dapat dikatakan berpengaruh signifikan, namun sebaliknya jika F hitung < F tabel maka dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan. Berikut adalah hasil Uji Signifikasi Simultan F:

Tabel 4.11

#### Hasil Uji Signifikasi Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194,171	3	64,724	65,495	,000 <sup>b</sup>
	Residual	94,869	96	,988		
	Total	289,040	99			
a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN <i>E-BANKING</i> BANK UMUM SYARIAH						
b. Predictors: (Constant), KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN						

Sumber: Data Primer diolah 2020

Besarnya nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 diketahui  $df_1$  (pembilang) =  $k - 1$  yakni  $3 - 1 = 2$ , dan  $df_2$  (penyebut) =  $n - k$  yakni  $100 - 3 = 97$  maka dapat diperoleh nilai F tabel sebesar 3,09. Berdasarkan uji ANOVA yang tertera pada tabel, diperoleh nilai F hitung sebesar 65,495 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dikarenakan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung 65,495 lebih besar dari F tabel 3,09 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas atau variabel independen yang meliputi kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan keamanan (X3), secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependen yakni minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah (Y).

#### 4.3.4.3 Uji Signifikansi Parsial t

Uji Signifikansi Parsial t dilakukan guna mengetahui pengaruh dari tiap-tiap variabel bebas atau variabel independen secara individual. Uji t merupakan perbandingan antara nilai signifikan dengan nilai alpha (0,05).  $H_0$  ditolak apabila nilai Sig. < 0,05 yang artinya bahwa variabel bebas atau variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Dan  $H_0$  diterima apabila nilai Sig. > 0,05 yang artinya bahwa variabel bebas atau variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Dalam penelitian ini hasil uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,321	,892		,360	,720

	KEMUDAHAN	,155	,030	,453	5,087	,000
	KEPERCAYAAN	,039	,042	,113	,920	,360
	KEAMANAN	,147	,049	,332	2,983	,004
a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING BANK UMUM SYARIAH						

Sumber: Data Primer diolah 2020

Hipotesis:

Ho : Variabel bebas atau variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau variabel dependen.

H1, H2, H3 : Variabel bebas atau variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tingkat signifikansi ( $\alpha = 0,05$ )

sampel N = jumlah sampel,

*degree of freedom* atau derajat (df) = N-k,

(df) = 100-3 = 97, dalam perhitungan dua arah dengan df = 97 dan tingkat signifikansi alpha 0,05 dapat diketahui nilai  $t_{tabel} = 1,984$ .

Dengan standart pengujian:

Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai Sig.  $> 0,05$  maka H1, H2 dan H3 ditolak.

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai Sig.  $< 0,05$  maka Ho ditolak.

Hasil uji statistik menggunakan SPSS 23 terhadap variabel kemudahan (X1), didapatkan nilai  $t_{hitung} = 5,087 > t_{tabel} = 1,984$  dan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan Ho ditolak yang berarti bahwa variabel kemudahan (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah.

Hasil uji statistik menggunakan SPSS 23 terhadap variabel kepercayaan (X2), didapatkan nilai  $t_{hitung} = 0,920 < t_{tabel} = 1,984$  dan nilai Sig.  $0,360 > 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak dan Ho diterima yang berarti bahwa variabel kepercayaan (X2) tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah.

Hasil uji statistik menggunakan SPSS 23 terhadap variabel keamanan (X3), didapatkan nilai  $t_{hitung} = 2,983 > t_{tabel} = 1,984$  dan nilai Sig.  $0,004 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel keamanan (X3) berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah.

#### 4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian yang berjudul “analisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Walisongo Semarang)”, dapat diketahui variabel bebas kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah, namun variabel bebas kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah, sedangkan variabel bebas keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dari uji koefisien determinasi  $R^2$  adalah 67,2%, dan sisanya 32,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

##### 4.4.1 Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank Umum Syariah

Hasil dari analisis regresi linier berganda diketahui nilai koefisien regresi variabel kemudahan sebesar sebesar 0,155 menyatakan bahwa jika variabel kemudahan (X1) ditingkatkan, dalam hal ini indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dimengerti serta efisien waktu maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah akan meningkat

sebesar 0,155 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).

Sedangkan dari uji signifikansi t terbukti bahwa variabel kemudahan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikansi variabel kemudahan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan nilai t hitung sebesar 5,087 lebih besar dari nilai t tabel 1,984, maka H1 diterima, hal tersebut berarti variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Dengan demikian hasil pengujian 100 sampel dari responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo dapat diambil kesimpulan bahwa secara statistik variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto (2016), yang menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*.

#### 4.4.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank Umum Syariah

Hasil dari analisis regresi linier berganda diketahui nilai koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,039 menyatakan bahwa jika variabel kepercayaan (X2) ditingkatkan, dalam hal ini indikator kehandalan, kepercayaan informasi serta jaminan kerahasiaan data maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah akan meningkat sebesar 0,039 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).

Sedangkan dari uji signifikansi t tidak terbukti bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah.

Hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikansi variabel kepercayaan sebesar 0,360 lebih besar dari nilai alpha 0,05, dan nilai t hitung sebesar 0,920 lebih kecil dari nilai t tabel 1,984, maka H2 ditolak, hal tersebut berarti variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Dengan demikian hasil pengujian 100 sampel dari responden mahasiswa FEBI UIN Walisongo dapat diambil kesimpulan bahwa secara statistik variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Aldhisa Amanda Sebayang (2017), yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*.

#### 4.4.3 Pengaruh Keamanan terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank Umum Syariah

Hasil dari analisis regresi linier berganda diketahui nilai koefisien regresi variabel keamanan sebesar sebesar 0,147 menyatakan bahwa jika variabel keamanan (X3) ditingkatkan, dalam hal ini indikator sistem keamanan bank serta sistem kerahasiaan bank maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah akan meningkat sebesar 0,147 dengan asumsi variabel independen yang lain konstan (*ceteris paribus*).

Sedangkan dari uji signifikansi t terbukti bahwa variabel keamanan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Hal tersebut dibuktikan dari nilai signifikansi variabel keamanan sebesar 0,004 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan nilai t hitung sebesar 2,983 lebih besar dari nilai t tabel 1,984, maka H3 diterima, hal tersebut berarti variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Dengan demikian hasil pengujian 100 sampel dari responden

mahasiswa FEBI UIN Walisongo dapat diambil kesimpulan bahwa secara statistik variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ahmad dan Bambang Setiyo Pamudi (2014), yang menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*.

#### 4.4.4 Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* pada Bank Umum Syariah

Berdasarkan uji signifikansi F terbukti bahwa variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara bersama-sama simultan berpengaruh terhadap variabel minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai signifikansi dari tabel anova sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan  $F_{hitung} = 65,495$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 3,09$ , itu berarti variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara bersama-sama simultan berpengaruh terhadap variabel minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* pada bank umum syariah. Sedangkan untuk pengujian koefisien determinasi  $R^2$ , untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap variabel terikat minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* bank umum syariah adalah sebagai berikut:

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,672 atau jika di presentasikan sebesar 67,2%, angka tersebut menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel bebas kemudahan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu minat mahasiswa FEBI menggunakan *e-banking* bank umum syariah, dan sisanya 32,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian “Analisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang menggunakan *e-banking* bank umum syariah” adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (Uji  $t$ ), nilai  $t$  hitung yang terdapat pada variabel kemudahan lebih besar dari  $t$  tabel yakni  $5,087 > 1,984$  dan diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (Uji  $t$ ), nilai  $t$  hitung yang terdapat pada variabel kepercayaan lebih kecil dari  $t$  tabel yakni  $0,920 < 1,984$  dan diperoleh nilai signifikansi  $0,360 > 0,05$  yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (Uji  $t$ ), nilai  $t$  hitung yang terdapat pada variabel keamanan lebih besar dari  $t$  tabel yakni  $2,983 > 1,984$  dan diperoleh nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo menggunakan *e-banking* bank umum syariah.

4. Berdasarkan hasil pengujian Uji F, diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel yakni sebesar  $65,495 > 3,09$  dan probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah.

## 5.2 Saran

Perlu dilakukan penelitian lanjutan demi melihat keterbatasan dari penelitian ini, sehingga dalam penelitian yang akan datang diharapkan dapat menjawab keterbatasan dari penelitian ini. Penulis akan memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel kepercayaan masih lemah pengaruhnya terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dalam menggunakan *e-banking* bank syariah. Oleh karena itu berdasarkan dari hasil penelitian ini maka pihak bank syariah dapat mengevaluasi kembali agar teknologi bank syariah dapat segera ditingkatkan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mengambil sampel yang lebih banyak dan dapat menggunakan variabel lain yang belum diteliti karena variabel-variabel dalam penelitian ini hanya mampu memberikan penjelasan pengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menggunakan *e-banking* bank umum syariah sebesar 67,2%.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mengandung unsur Ekonomi Islam seperti prinsip kehati-hatian akan resiko *cyber crime* yang marak terjadi pada *e-banking* maupun variabel-variabel lainnya yang memuat unsur Ekonomi Islam.

## 5.3 Penutup

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, ridho, serta kasih sayang-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi ini yang

merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan masa studi ini dengan baik.

Penulis berharap semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat kepada khalayak umum, khususnya kepada diri penulis. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki.

Berbagai kritik dan saran sangat penulis nantikan untuk kesempurnaan di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrauf. 2012. *Jurnal Al-Iqtishad: Penerapan Teori Akad pada Perbankan Syariah*, Vol. IV No. 1 Januari.
- Annisya, Rialda dan Maynina Norshela Hastuti. 2012. *Jurnal Sistem Komputer: Security System Layanan Internet Banking PT Bank Mandiri (Persero) Tbk*, Vol. 2 No. 2 November.
- Ansori, Aan. 2018. *Jurnal Banque Syar'I: Sistem Informasi Perbankan Syari'ah*, Vol. 4 No. 01 Juli-Desember.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Anwar, Syamsul. 2007. *Hukum Perjanjian Syariah Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Armstrong, Gery dan Philip Kotler. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, Gary dan Philip Kotler. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah edisi. I*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ascarya dan Diana Yumanita. 2005. *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 5*. Damsyiq: Darul Fikri.
- Dewi, Gemala. dkk. 2006. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia cet. II*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Dwiastuti, Rini. Agustita Shinta, Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Fauziati, Popi. 2012. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Auditing: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Vol. 7 No. 2.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: UNDIP.
- Gunawan, Imam. 2016. *Pengantar Statistik Inferensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

- Hartawan, Dedi. 2017. *Jurnal I-Economic: Pengaruh Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah*, Vol. 3 No. 2 Desember.
- IAIN Walisongo. 2013. *Buku Panduan Program Sarjana (S.1) dan Diploma 3 (D.3) Tahun Akademik 2013/2014*. Kementrian Agama IAIN Walisongo.
- Iskandarwasid dan Dadang Sunendar. 2011 Cet. 3. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Rosda.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana Pernadamedia Grup.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia.
- Janwari, Yadi. 2015. *Lembaga Keuangan Syari'ah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Karim, Adiwarmarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharama, Arif Reza. 2018. *Jurnal Ekobis: Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli sebagai Variabel Intervening*, Vol. 19 No. 02 Juli.
- Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Cet. 3*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mas'adi, Ghufron. 2002. *Fiqh Muamalat Konstektual cet. 1*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Muhammad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Munif, Nasrulloh Ali. 2017. *Jurnal An-Nisbah: Analisis Akad Ijarah Muntahiya Bittamlik dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*, Vol. 03 No. 02 April.
- Nainggolan, Basaria. 2016. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- NH, Muhammad Firdaus. dkk. 2005. *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2009. *Manajemen Pemasaran Syari'ah*. Kudus: Gelisa.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. 2010. *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep dan Praktik dalam Pemasaran)*. Kudus: Nora Media Enterprise.

- Novinawati. 2014. *Jurnal Fitrah IAIN Padangsidimpuan: Akad dan Produk Perbankan Syariah*, Vol. 08 No. 02 Juli-Desember.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2009. *Akuntansi Syariah di Indonesia ed. Revisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalaw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Priyatno, Dwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS Cet. 1*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rahmad, Andri Daisy. dkk. 2017. *Jurnal Administrasi Bisnis: Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)*, Vol. 43 No. 1.
- Rithmaya, Chitra Laksmi. 2016. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen: Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*, Vol. 16 No. 1.
- Rivai, Veithzal dan Rifki Ismail. 2013. *Islamic Risk Management for Islamic Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, Nilam. 2015. *Kontrak (Akad) dan Implementasinya Perbankan Syariah di Indonesia*. Banda Aceh: PeNA.
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen Cet. 4 Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen Cet. 3*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suharyadi dan Purwanto. 2007. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suharyadi dan Purwanto. 2011. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sulaiman, Wahid. 2010. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS: Contoh Kasus dan Pemecahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Sulisrudatin, Nunuk. 2018. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara Fakultas Hukum Dirgantara Marsekal Suryadama: Analisa Kasus Cybercrime Bidang Perbankan Berupa Modus Pencurian Data Kartu Kredit*, Vol. 9 No. 1 September.
- Supriyono, Maryanto. 2011. *Buku Pintar Perbankan dilengkapi Studi Kasus dan Kamus Istilah Perbankan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Syafei, Rachmat. 2001. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahid, Abdul dan Mohammad Labib. 2005. *Kejahatan Mayantara*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Wibowo, Setyo Ferry. 2015. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI): Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-money Card*, Vol. 06 No. 01.
- Wiroso. 2009. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti.
- Yazid, Tantri Puspita dan Ridwan. 2017. *Jurnal An-Nida' Jurnal Pemikiran Islam: Proses Persepsi Diri Mahasiswi dalam Berbusana Muslimah*, Vol. 41 No. 02 Edisi Desember.
- Yudiaatmaja, Fridayana. 2013. *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

<https://febi.walisongo.ac.id>

<https://nasional.kompas.com>

<https://www.ojk.go.id>

<https://www.suara.com>

## LAMPIRAN

### 1.1 Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.  
Saudara/i Responden  
Di Tempat

Assalamu'alaikum wr wb.

Dengan hormat,

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maya Qorri Aina

Nim : 1705026197

Alamat : Jl. Mendut Utara Raya RT 01/05 Kel. Manyaran Kec.  
Semarang Barat

Jurusan/Fakultas : Ekonomi Islam/Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN  
Walisongo Semarang

Bersamaan dengan ini saya memohon kepada Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi angket terlampir guna kepentingan dalam penulisan skripsi yang berjudul: **“Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-banking* pada Bank Umum Syari’ah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”**.

Data yang diberikan dalam angket ini sangatlah penting untuk penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan guna mendapatkan gelar strata satu (S1) dan data yang Saudara/i berikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

Atas kesediaan Saudara/i dalam pengisian angket ini saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr. wb.*

Semarang, 02 Desember 2019  
Peneliti,

Maya Qorri Aina



## KUISIONER PENELITIAN

### Petunjuk Pengisian Kuisisioner

- Bacalah secara teliti setiap pertanyaan yang telah disediakan
- Berilah tanda (✓) untuk menjawab setiap pertanyaan, kecuali kolom nama dan program studi.
- Atas semua jawaban yang diberikan saya mengucapkan terimakasih

### Identitas Responden

Nama :

Program Studi :

Angkatan :  2015  2016  2017  2018  Lainnya

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

### Daftar Pernyataan

Berilah tanda centang ( ✓ ) pada salah satu kolom jawaban di bawah ini sesuai dengan kenyataan anda, dengan ketentuan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

### Kemudahan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Mudah Dipelajari (<i>Easy to Learn</i>)</b>						
1.	Saya menggunakan <i>e-banking</i> bank syariah karena menu <i>e-banking</i> bank umum syariah mudah dipelajari.					
2.	<i>E-banking</i> bank syariah mudah dipelajari sehingga saya lebih terampil saat menggunakannya.					
<b>Mudah Digunakan (<i>Easy to Use</i>)</b>						
3.	Layanan <i>e-banking</i> bank syariah mempermudah saya dalam melakukan transaksi online.					
4.	Transaksi dengan <i>e-banking</i> bank syariah seperti:					

	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Transaksi dengan <i>m-banking</i> bank syariah mudah diakses.</li> <li>b. Transaksi dengan <i>sms banking</i> bank syariah mudah diakses.</li> <li>c. Transaksi dengan <i>internet banking</i> bank syariah mudah diakses.</li> </ul>					
5.	Saya merasa tidak harus mempunyai keahlian khusus untuk mengoperasikan <i>e-banking</i> bank syariah.					
<b>Jelas dan Dapat Dimengerti (<i>Clear and Understandable</i>)</b>						
6.	<p>Menu dalam <i>e-banking</i> bank syariah, seperti :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menu dalam <i>m-banking</i> bank syariah sangat mudah dimengerti</li> <li>b. Menu dalam <i>sms banking</i> bank syariah sangat mudah dimengerti</li> <li>c. Menu dalam <i>internet banking</i> bank syariah sangat mudah dimengerti.</li> </ul>					
<b>Efisiensi Waktu</b>						
7.	Saya dapat menggunakan <i>e-banking</i> bank syariah kapan saja tanpa batas waktu.					
8.	Saya dapat melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank.					
9.	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan waktu yang relatif cepat dengan mengakses <i>e-banking</i> bank syariah.					
10.	Dengan menggunakan <i>e-banking</i> bank syariah dapat menghemat waktu saya.					

**Kepercayaan (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Kehandalan</b>						
1.	Saya tidak merasa takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>e-banking</i> bank syariah karena keakuratan proses dan data terjamin.					
2.	Saya percaya dengan kemampuan ketersediaan layanan sistem <i>e-banking</i> bank syariah yang baik.					
3.	<i>E-banking</i> bank syariah dapat memberikan manfaat yang maksimal sesuai dengan kebutuhan saya.					
4.	Saya percaya <i>e-banking</i> bank syariah selalu konsisten beroperasi dengan baik.					
<b>Kepercayaan Informasi</b>						
5.	Saya mendapatkan fasilitas sesuai dengan apa yang telah dijelaskan pihak bank mengenai <i>e-banking</i> bank syariah.					
6.	Sampai saat ini saya tidak merasa dibohongi dengan fasilitas dan manfaat dari <i>e-banking</i> bank syariah.					
<b>Jaminan Kerahasiaan Data</b>						
7.	Transaksi yang saya lakukan melalui <i>e-banking</i> bank syariah aman dan dapat dipercaya karena dijamin kerahasiaannya.					
8.	Saya percaya pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui <i>e-banking</i> bank syariah.					
9.	Pihak bank melindungi data-data keuangan saya ketika bertransaksi melalui <i>e-banking</i> bank					

	syariah.					
--	----------	--	--	--	--	--

**Keamanan (X3)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Sistem Keamanan Bank</b>						
1.	Saya merasa bertransaksi melalui <i>e-banking</i> bank syariah lebih terjamin keamanannya karena transaksi dilakukan melalui perangkat pribadi.					
2.	Transaksi melalui <i>e-banking</i> bank syariah seperti : a. Transaksi melalui <i>m-banking</i> bank syariah memiliki keamanan yang tinggi. b. Transaksi melalui <i>sms banking</i> bank syariah memiliki keamanan yang tinggi. c. Transaksi melalui <i>internet banking</i> bank syariah memiliki keamanan yang tinggi.					
3.	Adanya jaminan keamanan dari bank bahwa uang yang ditransfer/dibayar sampai pada tujuan yang tepat.					
4.	Gangguan jaringan pada <i>e-banking</i> bank syariah, seperti: a. Gangguan jaringan pada <i>m-banking</i> bank syariah sangat rendah. b. Gangguan jaringan pada <i>sms banking</i> bank syariah sangat rendah. c. Gangguan jaringan pada <i>internet banking</i> bank syariah sangat rendah.					
<b>Sistem Kerahasiaan Bank</b>						
5.	Bank syariah memiliki pengendalian cukup baik					

	untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.					
6.	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi <i>e-banking</i> bank syariah.					
7.	Saya tidak merasa takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>e-banking</i> bank syariah karena keakuratan proses dan data terjamin.					

**Minat Menggunakan *E-banking* Bank Umum Syari'ah (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Kecenderungan Mencari Informasi</b>						
1.	Saya mencari informasi tentang <i>e-banking</i> bank syariah melalui bank dan juga mengakses melalui internet.					
<b>Kecenderungan Menggunakan</b>						
2.	Saya tertarik menggunakan <i>e-banking</i> bank syariah karena dapat memudahkan transaksi perbankan.					
<b>Kecenderungan Mereferensikan</b>						
3.	Saya sering menceritakan pengalaman menggunakan <i>e-banking</i> bank syariah kepada orang lain.					

## 1.2 Data Tabulasi Variabel Kemudahan

Respon den	Kemudahan (X1)											Respon den	Kemudahan (X1)										
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	TOT AL		X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	TOT AL
<b>1</b>	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	<b>36</b>	<b>51</b>	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	<b>43</b>
<b>2</b>	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	<b>37</b>	<b>52</b>	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	<b>44</b>
<b>3</b>	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	<b>45</b>	<b>53</b>	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	<b>36</b>
<b>4</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>39</b>	<b>54</b>	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>5</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	<b>42</b>	<b>55</b>	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	<b>37</b>
<b>6</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>49</b>	<b>56</b>	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	<b>47</b>
<b>7</b>	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	<b>43</b>	<b>57</b>	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>8</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>41</b>	<b>58</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
<b>9</b>	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>	<b>59</b>	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>10</b>	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	<b>46</b>	<b>60</b>	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>11</b>	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>61</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
<b>12</b>	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>	<b>62</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>30</b>
<b>13</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>	<b>63</b>	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	<b>45</b>
<b>14</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>	<b>64</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
<b>15</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	<b>65</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>49</b>
<b>16</b>	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	<b>44</b>	<b>66</b>	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	<b>33</b>
<b>17</b>	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	<b>45</b>	<b>67</b>	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	<b>38</b>
<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	<b>68</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>49</b>
<b>19</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>42</b>	<b>69</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>20</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>	<b>70</b>	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	<b>45</b>



<b>46</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>49</b>	<b>96</b>	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	<b>44</b>
<b>47</b>	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	<b>44</b>	<b>97</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>48</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>	<b>98</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
<b>49</b>	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	<b>39</b>	<b>99</b>	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	<b>44</b>
<b>50</b>	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	<b>44</b>	<b>100</b>	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	<b>45</b>

### 1.3 Data Tabulasi Variabel Kepercayaan

Respon den	Kepercayaan (X2)										Respon den	Kepercayaan (X2)									
	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	TOTA L		X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	X2. 7	X2. 8	X2. 9	TOTA L
<b>1</b>	3	3	4	4	3	4	4	4	4	<b>33</b>	<b>51</b>	5	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>38</b>
<b>2</b>	4	4	4	3	4	3	4	3	3	<b>32</b>	<b>52</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>3</b>	4	4	5	4	4	5	4	4	5	<b>39</b>	<b>53</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	3	<b>34</b>
<b>4</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>54</b>	3	3	3	3	4	3	4	4	4	<b>31</b>
<b>5</b>	4	4	5	5	4	4	4	4	4	<b>38</b>	<b>55</b>	3	4	4	4	4	3	3	4	4	<b>33</b>
<b>6</b>	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>44</b>	<b>56</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>7</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	4	<b>38</b>	<b>57</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	5	<b>44</b>
<b>8</b>	3	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>34</b>	<b>58</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>9</b>	3	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>34</b>	<b>59</b>	4	5	5	4	4	4	5	4	4	<b>39</b>
<b>10</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	5	<b>38</b>	<b>60</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	3	<b>35</b>
<b>11</b>	3	3	3	3	3	3	4	4	4	<b>30</b>	<b>61</b>	4	4	5	4	5	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>12</b>	4	4	4	5	5	4	4	5	4	<b>39</b>	<b>62</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>13</b>	5	5	5	4	5	5	4	4	4	<b>41</b>	<b>63</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>14</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>37</b>	<b>64</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>15</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>65</b>	4	4	4	4	4	4	5	5	5	<b>39</b>



<b>16</b>	4	5	5	5	4	5	5	4	4	<b>41</b>	<b>66</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>27</b>	
<b>17</b>	4	5	5	4	4	5	4	4	4	<b>39</b>	<b>67</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>38</b>
<b>18</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>68</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>44</b>
<b>19</b>	4	5	4	4	4	4	4	5	4	<b>38</b>	<b>69</b>	5	4	5	4	5	5	5	5	4	<b>42</b>
<b>20</b>	4	4	5	4	5	4	5	5	4	<b>40</b>	<b>70</b>	4	4	4	5	5	4	4	4	4	<b>38</b>
<b>21</b>	5	4	5	4	5	4	5	4	5	<b>41</b>	<b>71</b>	4	4	5	4	5	4	5	5	4	<b>40</b>
<b>22</b>	4	4	4	5	5	5	5	4	5	<b>41</b>	<b>72</b>	4	4	4	5	4	4	4	4	5	<b>38</b>
<b>23</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>73</b>	3	3	3	3	4	3	3	3	3	<b>28</b>
<b>24</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>74</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>25</b>	3	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>34</b>	<b>75</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>
<b>26</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>	<b>76</b>	4	4	5	5	4	4	4	4	5	<b>39</b>
<b>27</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	3	<b>34</b>	<b>77</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>28</b>	5	5	4	5	4	5	4	5	5	<b>42</b>	<b>78</b>	4	4	4	4	5	5	5	5	5	<b>41</b>
<b>29</b>	4	4	4	4	4	4	3	3	3	<b>33</b>	<b>79</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	5	<b>38</b>
<b>30</b>	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>40</b>	<b>80</b>	3	3	4	4	3	3	3	3	3	<b>29</b>
<b>31</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>27</b>	<b>81</b>	4	3	4	4	4	3	3	3	4	<b>32</b>
<b>32</b>	4	4	4	3	4	4	3	3	3	<b>32</b>	<b>82</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>33</b>	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>34</b>	<b>83</b>	5	5	5	4	5	4	5	5	5	<b>43</b>
<b>34</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	<b>84</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>35</b>	3	4	4	4	4	4	4	3	3	<b>33</b>	<b>85</b>	3	4	4	3	4	4	3	3	3	<b>31</b>
<b>36</b>	3	3	4	3	4	3	3	3	3	<b>29</b>	<b>86</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
<b>37</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>45</b>	<b>87</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	5	<b>38</b>
<b>38</b>	3	3	4	4	4	3	3	3	3	<b>30</b>	<b>88</b>	5	4	4	4	4	4	5	4	4	<b>38</b>
<b>39</b>	3	3	4	4	4	4	4	4	4	<b>34</b>	<b>89</b>	3	4	4	3	4	4	4	3	3	<b>32</b>
<b>40</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>44</b>	<b>90</b>	3	3	4	3	3	3	3	5	3	<b>30</b>





<b>48</b>	5	5	5	4	5	5	5	<b>34</b>	<b>98</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>
<b>49</b>	3	3	4	3	4	4	3	<b>24</b>	<b>99</b>	5	4	5	5	4	4	5	<b>32</b>
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	5	<b>29</b>	<b>100</b>	4	4	5	5	4	4	4	<b>30</b>

### 1.5 Data Tabulasi Minat Menggunakan *E-banking* Bank Umum Syariah

Responden	Minat Menggunakan <i>E-banking</i> Bank Umum Syariah (Y)				Responden	Minat Menggunakan <i>E-banking</i> Bank Umum Syariah (Y)			
	Y1	Y2	Y3	TOTAL		Y1	Y2	Y3	TOTAL
<b>1</b>	3	4	3	<b>10</b>	<b>51</b>	4	4	5	<b>13</b>
<b>2</b>	4	4	3	<b>11</b>	<b>52</b>	4	5	4	<b>13</b>
<b>3</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>53</b>	3	3	3	<b>9</b>
<b>4</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>54</b>	3	3	3	<b>9</b>
<b>5</b>	4	4	5	<b>13</b>	<b>55</b>	5	4	3	<b>12</b>
<b>6</b>	5	5	3	<b>13</b>	<b>56</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>7</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>57</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>8</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>58</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>9</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>59</b>	4	4	5	<b>13</b>
<b>10</b>	5	5	3	<b>13</b>	<b>60</b>	4	4	4	<b>12</b>
<b>11</b>	4	4	3	<b>11</b>	<b>61</b>	4	5	5	<b>14</b>
<b>12</b>	3	4	3	<b>10</b>	<b>62</b>	3	3	3	<b>9</b>
<b>13</b>	5	5	5	<b>15</b>	<b>63</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>14</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>64</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>15</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>65</b>	4	5	4	<b>13</b>
<b>16</b>	4	5	4	<b>13</b>	<b>66</b>	3	4	4	<b>11</b>
<b>17</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>67</b>	4	4	5	<b>13</b>
<b>18</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>68</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>19</b>	4	5	4	<b>13</b>	<b>69</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>20</b>	5	5	5	<b>15</b>	<b>70</b>	4	4	5	<b>13</b>
<b>21</b>	5	4	4	<b>13</b>	<b>71</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>22</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>72</b>	4	5	4	<b>13</b>

<b>23</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>73</b>	4	4	4	<b>12</b>
<b>24</b>	3	4	4	<b>11</b>	<b>74</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>25</b>	4	5	4	<b>13</b>	<b>75</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>26</b>	5	5	5	<b>15</b>	<b>76</b>	4	5	5	<b>14</b>
<b>27</b>	3	5	4	<b>12</b>	<b>77</b>	4	4	4	<b>12</b>
<b>28</b>	4	5	5	<b>14</b>	<b>78</b>	4	5	4	<b>13</b>
<b>29</b>	4	4	3	<b>11</b>	<b>79</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>30</b>	4	4	3	<b>11</b>	<b>80</b>	3	3	3	<b>9</b>
<b>31</b>	3	3	3	<b>9</b>	<b>81</b>	4	3	3	<b>10</b>
<b>32</b>	4	4	5	<b>13</b>	<b>82</b>	4	4	3	<b>11</b>
<b>33</b>	3	4	3	<b>10</b>	<b>83</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>34</b>	3	4	3	<b>10</b>	<b>84</b>	4	4	4	<b>12</b>
<b>35</b>	5	5	4	<b>14</b>	<b>85</b>	4	4	4	<b>12</b>
<b>36</b>	4	4	3	<b>11</b>	<b>86</b>	4	5	4	<b>13</b>
<b>37</b>	5	5	5	<b>15</b>	<b>87</b>	4	4	4	<b>12</b>
<b>38</b>	3	4	3	<b>10</b>	<b>88</b>	5	4	4	<b>13</b>
<b>39</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>89</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>40</b>	5	5	4	<b>14</b>	<b>90</b>	4	4	3	<b>11</b>
<b>41</b>	4	5	4	<b>13</b>	<b>91</b>	3	3	3	<b>9</b>
<b>42</b>	5	5	5	<b>15</b>	<b>92</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>43</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>93</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>44</b>	4	3	4	<b>11</b>	<b>94</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>45</b>	4	4	4	<b>12</b>	<b>95</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>46</b>	5	5	5	<b>15</b>	<b>96</b>	4	5	4	<b>13</b>
<b>47</b>	4	5	4	<b>13</b>	<b>97</b>	5	5	4	<b>14</b>
<b>48</b>	5	4	5	<b>14</b>	<b>98</b>	5	5	5	<b>15</b>
<b>49</b>	3	4	4	<b>11</b>	<b>99</b>	4	5	4	<b>13</b>
<b>50</b>	4	5	4	<b>13</b>	<b>100</b>	4	5	5	<b>14</b>

## 1.6 Hasil Olah Data

### 1.6.1 Uji Validitas

#### e. Variabel Kemudahan

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	KEMUDAHAN
X1.1	Pearson Correlation	1	,741*	,548*	,678*	,471*	,541*	,455*	,517*	,520*	,545*	,769**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,741*	1	,538*	,586*	,462*	,669*	,458*	,556*	,608*	,538*	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,548*	,538*	1	,605*	,414*	,587*	,563*	,653*	,577*	,626*	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,678*	,586*	,605*	1	,574*	,646*	,552*	,597*	,591*	,536*	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,471*	,462*	,414*	,574*	1	,653*	,579*	,523*	,560*	,530*	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,541*	,669*	,587*	,646*	,653*	1	,539*	,554*	,706*	,557*	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,455*	,458*	,563*	,552*	,579*	,539*	1	,584*	,581*	,631*	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,517*	,556*	,653*	,597*	,523*	,554*	,584*	1	,760*	,704*	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000







X3.4	Pearson Correlation	,495*	,631*	,547*	1	,557*	,502*	,634*	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,664*	,655*	,713*	,557*	1	,746*	,667*	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	,695*	,690*	,592*	,502*	,746*	1	,669*	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	,663*	,681*	,636*	,634*	,667*	,669*	1	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KEAM ANAN	Pearson Correlation	,854*	,863*	,839*	,748*	,857*	,836*	,846*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

#### h. Variabel Minat Menggunakan *E-banking* Bank Umum Syariah

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING BANK UMUM SYARIAH
Y1	Pearson Correlation	1	,639**	,541**	,857**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,639**	1	,541**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,541**	,541**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000

	N	100	100	100	100
MINAT MENGGUNAKAN <i>E-BANKING</i> BANK UMUM SYARIAH	Pearson Correlation	,857**	,849**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

### 1.6.2 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,392	,575		2,421	,017
	KEMUDAHAN	,017	,020	,135	,886	,378
	KEPERCAYAAN	-,012	,027	-,090	-,429	,669
	KEAMANAN	-,034	,032	-,201	-1,061	,292

a. Dependent Variable: RES2

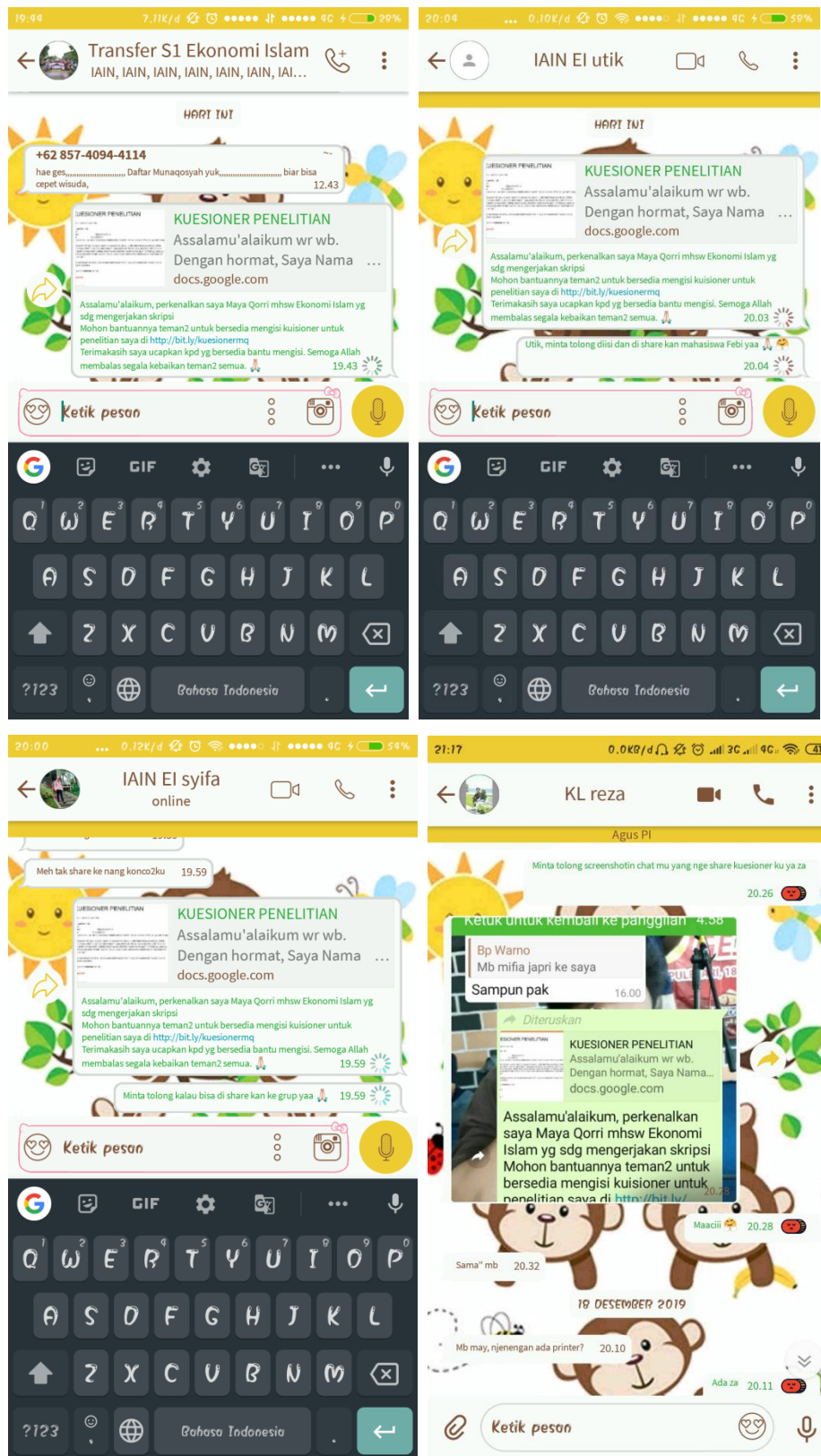
### 1.6.3 Uji Multikolinieritas

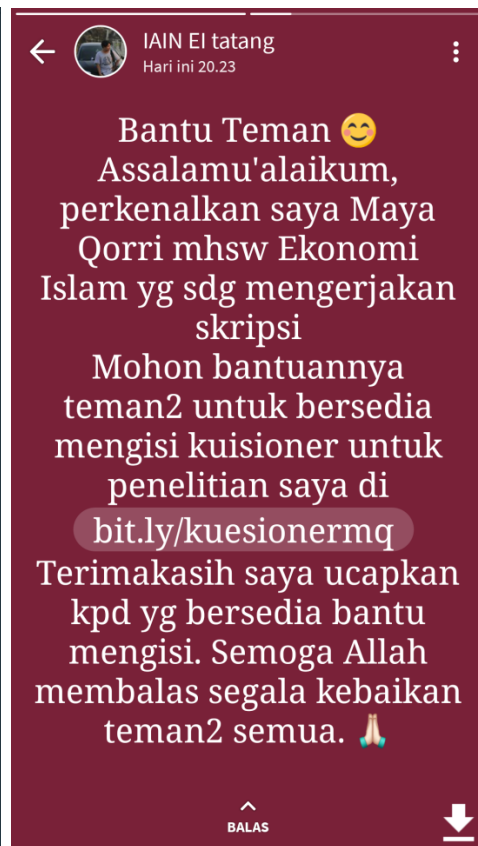
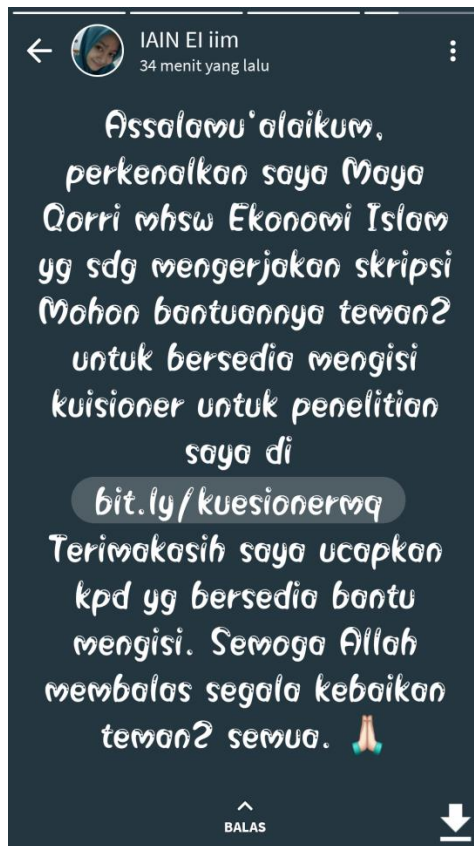
#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,321	,892		,360	,720		
	KEMUDAHAN	,155	,030	,453	5,087	,000	,432	2,315
	KEPERCAYAAN	,039	,042	,113	,920	,360	,227	4,411
	KEAMANAN	,147	,049	,332	2,983	,004	,277	3,613

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN *E-BANKING* BANK UMUM SYARIAH

## 1.7 Dokumentasi





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maya Qorri Aina

TTL : Semarang, 10 Juni 1995

Alamat Asal : Jl. Mendut Utara Raya RT 01/05 Kel. Manyaran Kec. Semarang Barat

Pendidikan :

1. MI Al-Khoiriyyah 2 Semarang lulus tahun 2007
2. MTsN Tambakberas Jombang lulus tahun 2010
3. MAN Tambakberas Jombang lulus tahun 2013
4. D III Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang lulus tahun 2016

Pengalaman Kerja:

1. Magang di BMT Marhamah Wonosobo
2. Magang di Bank Syariah Mandiri KCP Semarang MT Haryono
3. Admin di BISA Learning Center Jakarta Selatan

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Yang Menyatakan,



Maya Qorri Aina