PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN TapCash iB Hasanah BNI Syariah

(Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Sarjana Strata 1
Dalam Ilmu Perbankan Syariah

Disusun Oleh :
Rismiya Carin Sadewi
(1505036029)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG

2019

Dr. Muchlis., M.Si
NIP. 19610117 198803 1 002
Drs. H. Saekhu., MH
NIP. 19690120 199403 1 004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Skripsi
An. Rismiya Carin Sadewi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami selaku pembimbing berpendapat bahwa naskah saudara:

Nama : Rismiya Carin Sadewi

NIM : 1505036029

Judul : Pengaruh persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat menggnakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Muchlis., M.Si	**Drs. H. Saekhu., MH**
NIP. 19610117 198803 1 002	**NIP. 19690120 199403 1 004**

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Prof.Dr. Hamka Km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp. 024-7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah Skripsi berikut ini:

Judul	: **Pengaruh Persepsi Manfaat, Perseps Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang)**
Penulis	: Rismiya Carin Sadewi
NIM	: 1505036029
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dan dinyatakan LULUS dengan predikate Cumlaude pada tanggal:

30 Desember 2019

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 30 Januari 2020

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

M. Nadzir, M. Si.
NIP. 197309232003121002

Sekretaris Sidang

Dr. H. Muchlis, M. Si.
NIP. 196101171988031002

Penguji I

Muchammad Fauzi, SE., MM
NIP. 197302172006041001

Penguji II

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

Pembimbing I

Dr. H. Muchlis, M. Si.
NIP. 196101171988031002

Pembimbing II

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

MOTTO

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمْ

Artinya: *" Sesugguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa-apa yang ada pada diri mereka sendiri" (QS. Ar-Ra'd: 11)*

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Sembah sujud dan syukur kepada Allah SWT, atas nikmat dan karunia-Nya. Yang telah membekali ilmu, memberi kekuatan, serta memberi kemudahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dengan rasa hormat, penulis persembahkan skripsi ini kepada orang yang sangat penulis cintai.

Bapak dan Alm. Ibuku tersayang, Bapak Soeyatno dan Ibu Sumini

Adikku tersayang Fahrizal Hafidz Ramadhan, dan orang terdekatku Bambang Edi Mugiyantoro.

Nenekku Mbah Sumiyati

Guru-guruku dan Dosen-dosenku

Semua teman-temanku yang telah memberikan semangat

Dan Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rismiya Carin Sadewi

NIM : 1505036029

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaru Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah Semarang)

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

Semarang,22 Desember 2019

Deklator

Rismiya Carin Sadewi

1505036029

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf lain beserta perangkatnya. Pedoman transliterasi dalam skripsi ini meliputi:

1. Konsonan

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Keterangan**
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap,

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat. Transliterasinya sebagai berikut:

كتب dibaca kataba

فعل dibaca fa‘ala

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasi lainnya berupa gabungan huruf, yaitu:

يذهب dibaca yażhabu

سعل dibaca su’ila

كيف dibaca kaifa

هول dibaca haula

3. Maddah

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

قال dibaca qāla

قيل dibaca qīla

يقول dibaca yaqūlu

4. Ta Marbuṭah

Transliterasinya menggunakan:

a. Ta marbuṭah hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah *t.*

Contoh:

روضة الآطفال dibaca rauḍatul aṭfāl

b. Ta marbuṭah mati, transliterasinya adalah *h*.

Contoh:

روضة الآطفال dibaca rauḍah al- aṭfāl

c. Ta marbuṭah yang diikuti kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu di transliterasikan dengan *h.*

Contoh:

المدينة المنورة dibaca al-Madīnah al-Munawwarah atau al-Madīnatul Munawwarah

5. Syaddah (tasydid)

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

Contoh:

ربنا dibaca rabbanā

نزل dibaca nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah, yaitu kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf */l/* diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

   Contoh:

   الرجل dibaca ar-rajulu

b. Kata sandang diikuti huruf qamariah, yaitu kata sandang yang ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuaipula dengan bunyinya.

   Contoh:

   القلم dibaca al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak di lambangkan karena dalam tulisan arab berupa alif.

Contoh:

تأخذون dibaca ta’khużūna

النوء dibaca an-nau’

شيء dibaca syai’un

ان dibaca inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il, isim* maupun *harf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وانالله لهوخيرالرازقين dibaca innallāha lahuwa khairarrāziqīn

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

ومامحمدالآرسول dibaca Wa mā Muhammadun illā rasūl

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi Arab Latin (Versi Internasional) ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang,(2) pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang, (3) pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif , menggunakan data primer. Data yang diperoleh dari kuisioner akan dianalisis dengan menggunakan pengukuran skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi liner berganda menggunakan bantuan SPSS 16 for windows denagn jumlah responden sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variable persepsi panfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah di Kota Semarang yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-}_{hit}$ sebesar 9.261, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 untuk persepsi manfaat. Persepsi kemudahan berpengaruh positif yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-}_{hit}$ sebesar 2.333, dan nilai signifikansi sebesar 0.022. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negative yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-}_{hit}$ sebesar – 2.562, dan nilai signifikansi sebesar 0.012.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Minat Menggunakan Layanan Tapcash iB Hasanah.

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of perceived benefits on the interest in using TapCash iB Hasanah services at BNI Syariah Bank Semarang, (2) the effect of perceived ease of interest on using TapCash iB Hasanah services at BNI Syariah Bank Semarang, (3) the influence of risk perception interest in using the TapCash iB Hasanah service at Bank BNI Syariah Semarang. This research was conducted by quantitative methods, using primary data. Data obtained from the questionnaire will be analyzed using a Likert scale measurement. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS 16 for windows with 100 respondents.

The results of this study indicate that the variables of perceived usefulness, perceived convenience, and perceived risk affect the interest in using TapCash iB Hasanah services at BNI Syariah Bank in Semarang City as evidenced by the t-hit value of 9.261, and the significance value of 0.000 for the perception of benefits. Perceived ease has a positive effect as evidenced by the t-hit value of 2.333, and the significance value of 0.022. While the risk perception has a negative effect as evidenced by the t-hit value of - 2.562, and the significance value of 0.012.

Keywords: Perception of Benefits, Perception of Ease, Risk Perception, Interest in Using TapCash iB Hasanah Service.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam tidak lupa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita dari jaman jahiliyah menuju jaman Islamiyah yaitu agama slam. Semoga kita semua mendapat pengakuan sebagai umat beliau dan mendapatkan syafaatnya di hari kiamat nanti. Segenap rasa syukur dan kerendhan hati penulis mengucapkan Alhadulillah telah terselesaikannya skripsi yang berjudul " Pengaru Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang" dengan lancer. Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, tugas akhir skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan program studi S1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyasarah . selaku sekertaris jurusan program studi s1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H .Muchlis., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. H. Saekhu, MH. Selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen, Karyawan dan Citivas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua tercinta. Teruntuk almarhum Ibu Sumini, terimakasih telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta sudah mendoakan, dan memberikan segalanya kepada saya, walaupun saat skripsi ini ditulis beliau tidak bisa menemani saya dan memberi semangat saya namun beliau selalu menjadi motivasi terbesar saya untuk selalu berusaha dan tidak putus asa

sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Teruntuk Bapak Soeyatno, terimakasih atas limpahan kasih sayang, selalu memberikan semangat, tidak pernah Lelah menasehati saya, membimbing saya, dan memberikan segalanya untuk saya. Terimakasih sudah menjadi orang tua tunggal yang terbaik untuk saya. Semoga Allah senantiasa memberikan umur yang Panjang, kesehatan,serta kemurahan rizqi untuk bapak tercinta.

7. Untuk adik kandung saya Fahrizal Hafidz Ramadhan. Terimakasih selama ini telah menemani dan selalu memberikan semangat kepada saya, memberikan semua waktu dan tenaga untuk membantu saya. Semoga kelak di beri kelancaran dalam segala hal dan bisa mencapai cita – cita setinggi mungkin.
8. Untuk orang terdekat saya Bambang Edi Mugiyantoro. Terimakasih atas segala waktu, tenaga, pikiran untuk menemani saya dari 7 tahun lalu sampai sekarang. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, semoga Allah memberikan kebahagian dan kesehatan untukmu.
9. Terimakasih untuk sahabat – sahabat saya terutama Siska Oktaviani yang selama masa perkuliahan dan sampai saat ini selalu menemani saya, memberikan motivasi dan nasehat samapai saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Juga untuk Dewi Handayani, Sri Devi Afriliyana, M. Sofyan Sauri, dan Nur Eka Pratiwi, terimakasih untuk dukungan dan bantuannya dalam proses skripsi penulis.
10. Terimakasih untuk teman – teman PBASA 2015 yang sudah mewarnai masa perkuliahan saya selama 4 tahun ini, semoga kalian semua bisa sukses suatu saat nanti.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan dengan sesuatu yang lebih disbanding apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sangat dibutuhkan supaya penelitian yang akan datang bisa ;ebih baik lagi.

Semarang, 22 Desember 2019

Hormat Saya

Rismiya Carin Sadewi

NIM. 1505036029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN MOTTO iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN DEKLARASI vi

HALAMAN ABSTRAK vii

HALAMAN TRANSLITERASI viii

HALAMAN KATA PENGANTAR ix

HALAMAN DAFTAR ISI xi

HALAMAN DAFTAR TABEL xv

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7-8
1.5 Sistematika Penelitian 8-9

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Uang Elektronik 10

2.1.1 Pengertian Uang Elektronik..... 10
2.1.2 Jenis Transaksi Uang Elektronik 12
2.1.3 Bentuk-Bentuk Uang Elektronik 12-13
2.1.4 penyelenggara Uang Elektronik 13-14
2.2 Uang Elektronik Prespektif Syariah..... 15
2..2.1 Kemaslahatan Uang Elektronik 17
2.2.2 Akad Dalam Uang Elektronik 19
2.3 Perbedaan Uang Elektronik Syariah dan Konvensional 28
2.4 Minat Menggunakan Layanan..... 29
2.4.1 Pengertian Minat..... 29
2.4.2 Pengertian Layanan 29
2.5 Persepsi Manfaat 32
2.6 Persespsi Kemudahan..... 35
2.7 Persepsi Risiko 37
2.8 Kerangka Penelitian 40
2.9 Hipotesis 40-41

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 42
3.2 Jenis Penelitian..... 42
3.3 Populasi dan Sampel 43
3..3.1 Populasi 43
3..3.2 Sampel 44
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel 45
3.4 Teknik Pengumpulan Data 45
3.4.1 Pengertian Data..... 33
3.4.2 Sumber dan Jenis Data 34
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data 34
3.5 Variabel Penelitian 48

3.6 Instrumen Penelitian 51
3.7 Teknik Analisis Data 52
3.8 Uji Kualitas Data 52
3.8.1 Uji Validitas 52
3.8.2 Uji Validitas 52
3.8.3 Uji Reliabilitas 53
3.9 Uji Asumsi Klasik 54
3.9.1 Uji Normalitas 54
3.9.2 Uji Multikolinieritas 55
3.9.3 Uji Heterokedastisitas 56
3.10 Regresi Linier Berganda 56
3.11 Uji Ketetapan Model 57
3.11.1 Uji F 57
3.11.2 Koefisien Determinasi (R^2) 58
3.11.3 Uji Parsial (Uji t) 59

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Deskripi Objek Penelitian
4.1.1 Sejarah Bank BNI Syariah Semarang 60
4.1.2 E-Money Bank BNI Syariah Semarang 61
4.2 Karakteristik Responden
4.2.1 Jenis Kelamin Responden 68
4.2.2 Usia Responden 69
4.2.3 Tingkat Pendidikan 69
4.2.4 Pekerjaan Responden 70
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian
4.3.1 Variabel Persepsi Manfaat 71
4.3.2 Variabel Persepsi Kemudahan 73
4.3.3 Variabel Persepsi Risiko 74

4.3.4 Variabel Minat 75
4.4 Analisis Statistik Deskrptif 77
4.5 Pengujian Kualitas Data
4.5.1 Uji Validitas Instrumen 78
4.5.2 Uji Reliabilitas 80
4.6 Uji Asumsi Klasik
4.6.1 Uji Normalitas 81
4.6.2 Uji Multikolinieritas 82
4.6.3 Uji Heterokedastisitas 83
4.7 Analisi Regresi Linier Berganda 86
4.8 Pengujian Hipotesis
4.8.1 Uji Koefisien Determinasi(R^2) 88
4.8.2 Uji Simultan (Uji F) 89
4.8.3 Uji Parsial (Uji t) 90
4.9 Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian
4.9.1 Pengaruh Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang 92
4.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang 94
4.9.3 Pengaruh Persepsi Risiko (X3) Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang 95

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan 97
5.2 Keterbatasan 98
5.3 Saran 99

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar 2

Tabel 1.2 Jumlah TapCash iB Hasanah Yang Beredar 4

Tabel 2.1 Implementasi Akad Sharf Pada Uang Elektronik 24

Tabel 3.1 Variabel dan Pengukuran 48

Tabel 4.1 Cek Saldo TapCash iB Hasanah 63

Tabel 4.2 Update Balanced TapCash iB Hasanah 66

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden 67

Tabel 4.4 Usia Responden..... 68

Tabel 4.5 Tigkat Pendidikan 69

Tabel 4.6 Pekerjaan Responden 70

Tabel 4.7 Skor Kuisioner Variabel Persepsi Manfaat 71

Tabel 4.8 Skor Kuisioner Variabel Persepsi Kemudahan 72

Tabel 4.9 Skor Kuisioner Variabel Persepsi Risiko 73

Tabel 4.10 Skor Kuisioner Variabel Persepsi Minat..... 74

Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif 76

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Data 78

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Data..... 79

Tabel 4.14 Uji Kolmogorov Smirnov 80

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas 82

Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas (Glejser)..... 84

Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Linier Berganda..... 85

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 87

Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F)..... 89

Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji t) 90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penguasaan teknologi menjadi salah satu indikator masyarakat di era globalisasi. Kehidupan manusia tidak terlepas dari arus teknologi yang menjadi kekuatan dalam persaingan global yang semakin kompetitif. Kehadiran internet sebagai fenomena kemajuan teknologi menyebabkan terjadinya percepatan penyebaran informasi yang tidak terbatas di seluruh dunia. Banyak kegiatan ekonomi modern saat ini yang memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti misalnya transaksi jual beli online, pembayaran tagihan rumah tangga, sampai transaksi perbankan. Hal ini menyebabkan berubahnya system pembayaran dari tunai menjadi non tunai.

Pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia meluncurkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), sebagai salah satu realisasi gerakan non tunai. Gerakan ini bertujuan mengajak masyarakat indonesia mengalihkan kebiasaan bertransaksi menggunakan uang tunai menjadi non tunai. Akibat dari program dari Bank Indonesia dan perkembangan bisnis pada sektor perbankan yang semakin besar, banyak lembaga perbankan menawarkan produk-produk menarik, salah satunya adalah uang elektronik (*e-money*).

Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Elektronik Money) dalam ketentuan Pasal 1 Angka 3, “Uang Elektronik (Elektronik Money) adalah alat pembayaran yang di terbitkan atas dasar nilai uang yang di setor terlebih dahulu kepada penerbit. Uang elektronik digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik. Nilai uang di simpan secara

elektronik dalam suatu media server atau chip, serta dapat di pindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan transfer dana. Nilai uang ini bukanlah merupakan simpanan sebagaiman di maksud dalam undang – undang yang mengatur mengenai perbankan, sehingga tidak di berikan bunga dan tidak di jamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).[1]

E-Money sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi terutama untuk transaksi berskala mikro dan ritel. Sehingga, transaksi yang dilakukan masyarakat lebih efektif dan efisien. Bank Indonesia mencatat jumlah alat pembayaran *e-money* yang beredar di masyarakat telah menunjukkan peningkatan signifikan dari 36 penerbit yang bermain di segmen ini.

Tabel 1.1

Jumlah Uang Elektronik Beredar

	2014	2015	2016	2017	2018
Januari	36,483,012	35,901,312	35,084,652	52,703,350	97,163,539
Februari	36,816,353	36,596,200	35,876,523	53,953,303	103,707,405
Maret	29,884,510	37,995,797	36,813,643	56,056,861	109,775,772
April	30,458,077	38,847,376	37,372,532	57,768,225	113,837,552
Mei	30,928,088	39,541,902	38,350,023	60,130,482	118,650,970
Juni	31,598,904	40,301,411	39,575,555	63,707,377	125,182,806
Juli	32,38/9,604	41,154,921	40,875,095	69,457,592	131,806,962
Agustus	33,325,231	41,917,154	43,087,252	68,841,316	135,812,593
September	33,686,956	42,714,621	45,045,204	71,782,618	142,477,296
Oktober	34,271,403	43,496,256	46,587,285	75,846,689	144,361,292
November	34,831,783	44,540,498	49,410,753	103,722,577	152,073,288

[1] " *jumlah uang elektronik beredar* " https://www.bi.go.id//id di akses pada 28 juli 2019

Desember	35,738,233	34,314,795	51,204,580	90,003,848	167,205,578

Sumber: (www.bi.go.id)

Volume dan nilai transaksi uang elektronik (e- money) Nasional menunjukan pertumbuhan yang signifikan hingga akhir November 2018, dengan total nominal transaksi Rp 5,19 triliun atau naik 216,46% di banding November 2017. Berdasarkan data statistic Bank Indonesia (BI), dengan pertumbuhan nominal 216,46%, volume transaksi uang elektronik juga meningkat 157,31% menjadi 330,67 jutta transaksi dari November 2017 yang mencapai 128,51 juta transaksi. Kenaikan volume dan nilai transaksi uang elektronik tersebut, tidak lepas dari meningkatnya jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat.[2]

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia (SEBI) no 11/11/DASP tentang Uang Elektronik, di Indonesia terdapat 20 daftar penerbit uang elektronik yang terdiri dari 12 penerbit dari lembaga Bank dan 26 penerbit dari lembaga non-Bank. Penerbit dari lembaga Bank tersebut antara lain BPD DKI Jakarta, Bank Mandiri, BCA, BNI, dan lain-lain dan lembaga non-Bank antara lain PT Telkomsel, PT INDOSAT, PT Sky Sat, PT XL Axiata, dan lain-lain.[3]

Dari 38 penerbit di atas tidak hanya lembaga – lembaga konvensional yang berinovasi menerbitkan uang elektronik untuk masyarakat namun sejumlah lembaga ataupun bank – bank syariah nampaknya juga ambil bagian menerbitkan uang elektronik. Walaupun belum memiliki insfrastruktur yang memadai, sebagian Perbankan Syariah telah melakukan kerjasama co-branding dengan induk masing – masing.

Pada bank syariah contohnya Bank Syariah mandiri sudah mengedarkan e-money BSM sebesar 17 ribu kartu sampai akhir tahun 2018. Selanjutnya

[2] "*Transaksi Uang Elektronik*" , https://keuangan.kontan.co.id di akses pada 28 juli 2019

[3] "Daftar Penerbit Uang Elektronik", https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/pages/default.aspx di akses pada 28 juli2019

Bank Rakyat Indonesia Syariah yang mengeluarkan uang elektronik yaitu Brizzi juga sudah mengedarkan 10 juta kartu sampai pertengahan tahun 2018.[4] Bank BCA Syariah dengan kartu Flazznya juga sudah mengedarkan 10 ribu kartu pada tahun 2018.[5]

Walaupun secara Nasional jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat menunjukan kenaikan yang cukup signifikan, hal ini tidak di alami juga dengan semua sektor penerbit uang elektonik di Indonesia. Contohnya pada salah satu sektor Perbankan di Indonesia yaitu Bank BNI Syariah. Tidak seperti induknya yaitu Bank BNI konvensional yang mengeluarkan uang elektronik dengan jumlah yang selalu mengalami kenaikan dari tahun ketahun. Bank BNI Syariah malah mengalami penurunan terhadap minat masyarakat yang ingin menggunakan produk uang elektronik dari BNI Syariah yang di sebut *TapCash iB Hasanah* ini.

Menurut salah satu pegawai BNI Syariah produk *TapCash iB Hasanah* ini saat pertama kali di edarkan pada tahun 2016 mendapat antusias yang cukup besar dari masyarakat namun pada tahun 2018 sampai pertengahan tahun 2019 produk ini kurang di minati oleh para nasabah . Padahal jika di bandingkan dengan uang elektronik yang di keluarkan oleh BNI konvensional, uang elektronik dari BNI Syariah ini lebih banyak memiliki keunggulan. Salah satunya yakni sistem yang di gunakan BNI Syariah ini berdasarkan prinsip Syariah dan halal. Dari segi harga pun TapCash iB Hasanah hanya Rp.25.000/Kartu jauh lebih murah disbanding TapCash pada BNI Konvensional yakni Rp 40.000/Kartu. Adapun fungsi TapCash iB Hasanah antara lain sebagai alat pembayaran Bus Trans, Commuter Line,

[4] https://keuangan.kontan.co.id/news/genjot-uang-elektronik-bri-gaet-bpd-dan-bank-swasta

[5] https://keuangan.kontan.co.id/news/kini-ada-kartu-flazz-dari-bca-syariah

Jalan Tol, belanja dan rekreasi serta dapat di isi ulang di seluruh mesin ATM dan EDC BNI.[6]

Tabel 1.2

Jumlah TapCash iB Hasanah BNI Syariah Semarang yang Beredar

Tahun	Jumlah TapCash iB Hasanah
2016	200 Keping
2017	750 Keping
2018	500 Keping

Sumber: Wawancara Customer Service Head Bank BNI Syariah

Oleh karena itu pihak perbankan juga perlu mengkaji lebih lanjut faktor – faktor apa saja yang di gunakan untuk menarik minat seseorang dalam menggunakan layanan uang elektronik tersebut, dan lembaga penerbit uang elektronik harus lebih keras lagi dalam mensosialisasikan kepada masyarakat. Dengan penelitian yang penulis lakukan di harapkan dapat mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Seorang nasabah akan mau menggunakan produk sebuah lembaga perbankan jika ia dapat merasakan manfaat pada penggunaan produk.

Keefektifan dari penggunaan e-money sebagai bentuk perkembangan teknologi dapat di lihat dengan teori TAM (Technology Accepted Model). TAM dapat di gunakan untuk melihat persepsi dari suatu penggunaan teknologi karena TAM merupakan model perilaku pemanfaatan teknologi informasi oleh pemakai dengan mengembangkannya berdasarkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Selain persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi, faktor lainnya ialah persepsi risiko. Meskipun, teknologi memberikan banyak

[6] Wawancara langsung dengan Ibu Azizah sebagai Cutomer Service Head di Bank BNI Syariah Semarang

manfaat dan kemudahan bagi para konsumen ternyata masih ada masalah kekhawatiran yang di rasakan konsumen pada saat transaksi dan keamanan dalam menggunakan uang elektronik.[7]

Beberapa hasil penelitian yang telah di lakukan oleh beberapa peneliti memiliki hasil yang berbeda – beda dari kasus uang elektronik ini. Dari variable yang pertama yakni persepsi manfaat, Christian Chandra (2018) membuktikan bahwa persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card* dengan nilai koefisien uji-t sebesar 0,024 dengan nilai signifikan 0,825, sedangkan Abdul Hakim (2016) membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan nilai uji-t sebesar 0,284 dan nilai signifikan sebesar 0,128.

Variable yang kedua yakni persepsi kemudahan yang di teliti oleh Christian Chandra (2018) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-money dengan nilai uji-t sebesar 0,074 dan nilai signifikan sebesar 0,309, sedangkan Ahmad dan Bambang (2014) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan nilai signifikan sebesar 0,217.

Hasil Dwi Marchelina dan Raisa (2014) membutikan adanya pengaruh positif yang seharusnya negatif dari variable persepsi risiko dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money dengan nilai t-hitung sebesar 1,661 dimana dengan ketentuan pada spss 23 bahwa nilai t-hintung > t-tabel (5,190 > 1661), sedangkan Annisa Haibah (2018) menyatakan adanya pengaruh

[7] Priambodo Singgih dan Bulan Prabawi " *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik* (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang), (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro), 2018, h. 2

negative dan signifikan dari persepsi risiko terhadap persepsi penggunaan *elektonic money* dengan nilai koefisien regresi yaitu sebesar -0,201 dan nilai signifikan sebesar 0,002.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah di jelaskan terdapat hasil yang tidak sama antara peneliti satu dengan lainnya dengan variable yang sama. Untuk itu, penulis ingin mengetahui kembali hubungan antara variable persepsi manfaat, persepsi kemudahaan dan persepsi risiko terhadap minat layanan *e-money*. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **" Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank BNI Syariah di Kota Semarang)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tentang latar belakang penelitian di atas, peneliti menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat dalam menggunkan layanan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah?
2. Seberapa besar persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah?
3. Seberapa besar persepsi risiko berpengaruh terhadap minat dalam menggunkan layanan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian tentang latar belakang penelitian di atas, peneliti menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap minat dalam menggunakan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah.
2. Menganalisis dan menguji pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat dalam menggunakan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah.

3. Menganalisis dan menguji pengaruh persepsi risiko terhadap minat dalam menggunakan *TapCash iB Hasanah* BNI Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini:

1. Bagi Pihak Bank.

   Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap penggunaan *TapCash iB Hasanah* sehingga pihak bank dapat meningkatkan kualitas mutu dan pelayanan *TapCash iB Hasanah*.

2. Bagi Penulis.

   Penelitian ini di harapakan dapat bermanfaat untuk penulis dapat mengaplikasikan teori-teori yang selama ini di peroleh dan di pelajari selama menempuh studi. Penelitian ini juga merupakan salah satu langkah dalam menerapakan dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan apabila kelak menghadapi persoalan terutama yang erat hubungannya dengan pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layan uang elektronik.

3. Bagi Masyarakat.

   Dengan adanya layanan *Tapcash iB Hasanah* di harapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sistem pembayaran yang efektif dan efisien.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang pembahasan yang lebih rinci dan sistematis, maka pembahasan di bagi atas:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri atas Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Terdiri dari kajian teori Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko, pengertian Layanan, Uang Elektronik (*e-money*). Hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari Waktu dan Wilayah Penelitian, Jenis Penelitian Kuantitatif, Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Variable Penelitian, Definisin Operasional Penelitian, Teknik Analisis yang di dalamnya di jelaskan Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Uji ketepatan Model.

BAB IV ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN

Terdiri dar Gambaran Umum Penelitian yang terdiri dari Profil Bank BNI Syariah dan *TapCash iB Hasanah*, Gambaran Umum Responden, Pengujian dan Hasil Analisis Data yang terdiri dari pengujian Instrumen Penelitian, Ujji Asumsi Klasik, Uji Ketepatan Model, Pembahasan Analisis Data.

BAB V PENUTUP

Terdiri dari Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, Saran-saran. Kesimpulan merupakan hasil dari keseluruhan penelitian dalam bab sebelumnya, sedangkan saran merupakan bentuk saran dalam penelitian berikutnya maupun instant kepada pihak-pihak yang terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uang Elektronik (E-Money)

2.1.1 Pengertian Uang Elektronik.

Bank for International Settlement (BIS) dalam salah satu publikasinya pada bulan Oktober 1996 mendefinisikan uang elektronik sebagai *Stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession*. Yakni nilai tersimpan atau suatu produk prabayar dimana catatan dana atau nilai yang tersedia bagi konsumen di simpan pada perangkat elektronik yang di miliki konsumen.[8]

Membawa segepok uang dalam dompet lambat laun akan menjadi cerita masa lalu. Gaya hidup yang modern dan peekembangan teknologi menghadirkan sistem pembayaran yang makin canggih. Salah satu kemudahan tersebut datang dari alat pembayaran yang di sebut electronic money (e-Money) atau yang di kenal juga dengan nama uang elektronik.[9]

Dalam peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/tahun 2009 tentang e-money, bahwa yang di sebut e-money adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur – unsur sebagai berikut:

a. Di terbitkan atas dasar nilai uang yang di setor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
b. Nilai uang di simpan secara elektronik dalam suatu media seperti chip atau server.
c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

[8] Bank For International Settelments, Implications for Central Bank of The Development of Electronic Money, Based: BIS, 1996, h.1.

[9] Popy Rufaidah. *Manajemen Strategik*,(Universitas Padjadjaran:Humaniora,2012), h.129.

d. Nilai uang elektronik yang di setor oleh pemegang dan di kelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagai mana di jelaskan dalam Undang-Undang perbankan.[10]

Uang elektronik menawarkan kemudahan di bandingkan dengan alat pembayaran lainnya seperti kartu kredit (persyaratan pendapatan minimal dan umur) dan kartu debit (harus memiliki rekening bank bersangkutan). [11]

Dasar hukum penyelenggaraan uang elektronik telah di atur dalam :

a. Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money).
b. Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (Electronik Money).[12]

Beberapa manfaat atau kelebihan dari penggunaan e-money di bandingkan dengan uang tunai, antara lain :

a. Lebih cepat dan nyaman di bandingkan uang tunai khususnya untuk bertransaksi yang bernilai kecil (micro payment)
b. Waktu yang di perlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan e-money dapat di lakukan jauh lebih singkat di bandingkan dengan kartu kredit atau debit arna e-money tidak harus on-line dan menggunakan pin
c. Elektronik value dapat di ulang kedalam kartu e-money melalui berbagai sarana yang di sediakan oleh issuer.[13]

[10] Serfianto, Iswi hariyani, Cita Yustisia Serfiani, *Untung denagn Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elekttonik* Jakarta:Transmedia Pustaka,2012, h.19.
[11] Popy Rufaidah. *Manajemen* …, h.130.
[12] Choiril Anam, *"E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah"*, Jurnal Qawanin Vol. 2 No.1, 2018, h.98.
[13] Fitri Sholikha, *Pengaruh Persepsi /manfaat, Daya Tarik Iklan, dan Sikap Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Money BSM* (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)" (Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negri Surakarta, 2018),

2.1.2 Jenis – Jenis Transaksi Uang Elektronik.

Ada banyak jenis-jenis transaksi yang dapat di tempuh dengan menggunakan uang elektronik, jenik-jenis transaksi tersebut antara lain:

a. Penerbitan atau pengisian ulang uang elektronik, sebelum penerbit menerbitkan uang elektronik, pernerbit akan mengisi nilai uang terlebih dahulu kedalam media elektronik yang akan di gunakansebagai uang elektronik. Kemudian apabila nilai uang elektronik yang di pegang sudah habis, pemegang dapat melakukan pengisian uang (top up).
b. Transaksi pembayaran dengan uang elektronik pada prinsipnya di lakukan melalui penukaran nilai uang yang ada I dalam uang elektronik dengan barang atau jasa antara pemegang dengan penjual menggunakan media yang telah di tetapkan sebelumnya.
c. Transfer dalam fasilitas uang elektronik merupakan fasilitas pengiriman niali uang elektronik antar pemegang melalui terminal-terminal yangtelah di sediakan oleh penerbit.
d. Tarik tunai yaitu fasilitas penarikan uang atas nilai uang elektronik yang tercatat dalam media uang elektronik yang di miliki pemegang yang dapat di lakukan setiap saaat oleh pemegang.
e. Refund/redeem yakni penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik dilakukan pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan masa berlaku media uang elektronik telah berakhir.[14]

2.1.3 Bentuk – Bentuk Uang Elektronik.

Berdasarkan medianya uang elektronik di bagi menjadi dua, uang elektronik yang nilai uangnya selain di catat pada media elektronik yang di kelola oleh penerbit jika di catat dalam media elektronik oleh pemegang dan

[14] Choiril Anam, *"E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah"*, Jurnal Qawanin Vol. 2 No.1, 2018, h.100-101.

uang elektronik yang nilai uang elektroniknya hanya di catat pada media elektronik yang di kelola olah penerbit.[15]

Berdasarkan masa berlakunya uang elektronik di bedakan menjadi dua, Reloadable adalah uang elektronik yang dapat di lakukan top up atau pengisian ulang. Sedangkan Disposable uang elektronik yang tidak dapat di isi ulang.[16] Berdasarkan jangkauan penggunaannya uang elektronik di bedakan menjadi dua, Single-Pupose adalah uang elektronik yang hanya dapat di gunkan untuk transaksi pembayaran atas kewajiban yang timbul dari satu jenis transaksi ekonomi. Sedangkan Multi-Purpose adalah uang elektronik yang dapat di gunakan untuk berbagai jenis transaksi.[17] Berdasarkan tercatat atau tidaknya identitas pemegang uang elektronik di bedakan mendi dua, Registered adalah uang elektronik yang terdaftar dan tercatat identitas pemegangnya. Dan Unregistersd adalah uang elektronik yang tidak terdaftar dan tidak tercatat identitas pemegangnya. Batas maksimal nilai uag elektronik Unregistered sebesar 1 juta Rupiah.

2.1.4 Penyelenggara Uang Elektronik

Penyelenggara uang elektronik adalah perusahaan yang memiliki surat izin atas penerbitan uang elektronik dengan ketentuan yang terdapat pada peratuaran Bank Indonesia (PBI) No11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang uang elektroni dan surat edaran Bank Indonesi (SE BI No.11/11/DASP tentang uang elektronik adalah prinsipal, penerbit, acquirer, penyelenggara kliring maupun penyelenggara penyelesaian akhir.

Issuer (penerbit) yaitu pihak-pihak yang mempunyai kewenangan menerbitkan e-money setelah mendapatkan perizinan dari Bank Indonesia. Perlu kita ketahui bahwa penerbitan uang elektronik(e-money) baik oleh Bank

---

[15] Hidayanti, dkk. *Operasional E-Money*.(Jakarta: Indonesia,2006), h. 7

[16] Bank Indonesia, *Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 11/11/DASP tentang uang elektronik*. Jakarta:Indonesia,2009

[17] Rivai, V.,Veithzal, A. P., & Idroes, F. N., *Bank Financial institution management*. Jakarta:Raja Grafindo Persada,2001, h.1367-1368

maupun Lembaga Selain Bank kewajiban memperoleh izin tersebut berlaku jika nilai dana float-nya telah mencapai nilai tertentu atau di rencanakan mencapai nilai tertentu, yaitu sebesar Rp 1 Milliar atau lebih.[18] Sampai saat ini issuer (penerbit) yang telah memperoleh izin Bank Indonesia adalah sebagai berikut.

a. Lembaga Bank

   B.P.D. DKI Jakarta, B.P.D. Sumsel Babel, Bank Central Asia, Bank CIMB Niaga, Bank Mandiri, Bank Mega, Bank NationalNobu, Bank Negara Indonesia 1946, Bank Permata, Bank QNB Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank Sinar Mas.

b. Lembaga Non Bank

   PT. Artha Jasa Pembayaran Elektronis, PT. Dompet Anak Bangsa, PT. Espay Debit Indonesia Koe, PT. Finnet Indonesia, PT. Indosat, PT. Nusa Satu Inti Artha, PT. Skye Sab Indonesia, PT. Smartfren Telecom, PT. Telekomunikasi Indonesia, PT. Telekomunikasi Selular, PT. Witami Tunai Mandiri, PT. XL Axiata, PT. Buaana Media Teknologi, PT. Bima Sakti Multi Sinergi, PT. Vissionet Internasional, PT. Inti Dunia Sukses, PT. Veritra Sentosa Internatoinal, PT. Solusi Pasti Indonesia, PT Ezzeling Indonesia, PT. Bluepay Digital Internasional, PT. E2pay Global Utama, PT. Cakra Ultima Sejahtera, PT. Airpay International Indonesia, PT. Transaksi Artha Gemilang, PT. Fintek Karya Nusantara, PT. Max Interractives Technologys.[19]

---

[18] Annisa Haibah. A, *"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Persepsi Penggunaan Elektronic Money (Studi Kasus pada Warga Pengguna E-Money di Kabupaten Sleman)"* (Skripsi Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Indonesia 2018)

[19] "Daftar Penerbit Uang Elektronik", https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/pages/default.aspx di akses pada 3 Agustus 2019

2.2 Uang Elektronik (E-Money) Dalam Prespektif Syariah

Dalam prespektif Syariah hukum e-money adalah halal, kehalalan ini berdasarkan kaidah fiqih:

بِدَلِيْلٍ إِلاَّ وَالْإِبَاحَةُ الْحِلُّ الْمُعَامَلاَتِ فِي الشُّرُوْطِ فِي ٱلأَصْلُ

"setiap transaksi muamalah pada dasarnya adalah boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya"

Dalam kaidah tersebut menjelasan bahwa semua transaksi muamalah hukumnya boleh kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya, maka saat itu hukumnya berubah menjadi haram. Oleh karena itu, uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai prinsip-prinsip Syariah.

Perkembangan industry keuangan Syariah terus berkembang. Banyak bank Syariah atau lembaga keuangan Syariah yang sudah mulai menerbitkan uang elektronik Syariah. Bahkan menjelang akhir tahun 2017 Majelis Ulama Indonesia atau MUI melalui Dewan Syariah Nasional atau DSN telah menerbitkan fatwa yang bisa di jadikan pedoman bagi masyarakat yang menggunakan uang elektronik Syariah.[20]

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO:116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah menimbang :

a. Bahwa alat pembayaran berupa uang elektronik yang di terbitkan oleh bank mauoun lembaga selain bank saat ini semakin berkembang di Indonesia;
b. Bahwa masyarakat Indonesia memerlukan penjelasan mengenai ketentuan dan Batasan hukum terkait uang elektronik dari segi Syariah;

[20] https://m.gomuslim.co.id/read/regulasi-direktoei/2018/01/21/6779/ini-fatwa-mui-tentang-uang -elektronik-syariah.html di akses pada 23 september 2019

c. Bahwa berdasakan pertimbangan huruf a dan huruf b, DSN-MUI memandang perlu untuk menetapkan fatwa tentang Uang Elektronik Suariah Untuk di jadikan pedoman;[21]

Berdasarkan dasar hukum uang elektonik dalam fatwa dsn-mui antara lain:

1. Firman Allah SWT
   a. Q.S al-Nisa (4) ayat 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِه ...َ

"sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya…"

   b. Q.S. al-Ma'idah (5) ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُود ...

"Hai orang yang beriman! Tunaikanlah akad-akad itu …"

   c. Q.S. al-Isra'(17) ayat 34

... وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ ۖ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولا

"… Dan Tunaikanlah janji-janji itu; sesungguhnya janji itu akan di mintai pertanggungjawaban …"

[21] Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No:116/DSN-MUI/IX/2017, tentang Uang Elektronik (https://dsnmui.or.id)

2. Hadist Nabi SAW

   a. Hadist Nabi riwayat Muslim, Abu Daud, Tirmizi, Nasa'I, dan Ibn Majah, dengan teks Muslim dari 'Ubadah bin Shamit:

الذَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ وَالْمِلْحُ بِالْمِلْحِ مِثْلاً بِمِثْلٍ، سَوَاءً بِسَوَاءٍ، يَدًا

.بِيَدٍ، فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ ٱلأَصْنَافُ فَبِيْعُوْا كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ

"(Juallah) emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, sya'ir dengan sya'ir, kurma dengan kurma, dan garam dengan garam (dengan syarat harus) sama dan sejenis serta secara tunai. Jika jenisnya berbeda, juallah sekehendakmu jika dilakukan secara tunai"

   b. Hadis Nabi riwayat Muslim dari Abu Sa'id al-Khudri:

لاَ تَبِيْعُوا الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ إِلاَّ مِثْلاً بِمِثْلٍ وَلاَ تُشِفُّوْا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ، وَلاَ تَبِيْعُوا الْوَرِقَ بِالْوَرِقِ إِلاَّ مِثْلاً بِمِثْلٍ وَلاَ تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ، وَلاَ تَبِيْعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَاجِزٍ.

"Janganlah kamu menjual emas dengan emas kecuali sama (nilainya) dan janganlah menambahkan sebagian atas sebagian yang lain; janganlah menjual perak dengan perak kecuali sama (nilainya) dan janganlah menambahkan sebagian atas sebagian yang lain; dan janganlah menjual emas dan perak tersebut yang tidak tunai dengan yang tunai."

   c. Hadis riwayat Abu Daud dan Tirmizi:

أَدِّ الأَمَانَةَ إِلَى مَنِ ائْـتَمَنَكَ، وَلاَ تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

" Tunaikanlah amanah kepada orang yang engkau dipercaya (untuk menunaikan amanah kepadanya), dan jangan khianati orang yang telah mengkhianatimu" [22]

2.2.1 Kemaslahatan Uang Elektronik

Kemaslahatan uang elektonik menurut Al-Syatibi yang di kutip dari ungkapannya "sesungguhnya syariat itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat". Dan dalam uangkapan yang di katakana oleh Al-Syaitibi yang artinya" Hukum-hukum di syariatkan untuk kemaslahatan hamba.[23] Apabila ditelaah pernyataan Al-Syatibi tersebut, dapat di katakana bahwa kandungan Maqasid Syariah atau tujuan hukum adalah kemaslahatan ummat manusia.. tidak ada satupun hukum Allah dalam pandangan Al-Syatibi yang tidak mempunyai tujuan.[24]pernyataan tersebut menegaskan bahwa kemaslahatan merupakan tujuan atau hasil yang di raih Maqasid Syariah.

Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 10/16/PBI/2008, Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 Tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Menghimpun Dana Dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah di jelaskan bahwa kemaslahatan (Maslahah) harus memenuhi tiga unsur yakni kepatuhan Syaria'ah (Halal), bermanfaat dan memberikan manfaat (Thoyib), dan tidak menimpulkan kemadharatan.[25] Adapun kemaslahatan dalam uang elektronik (e-money) dapat dilihat dari keunggulan-keunggulan uang elektronik (e-money) berikut ini:

Pertama, Transaksi lebih cepat karena dengan menggunakan uang elektronik waktu dalam bertransaksi akan lebih cepat karena transaksi dapat di

[22] Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No:116/DSN-MUI/IX/2017, tentang Uang Elektronik, (https://dsnmui.or.id)

[23] Bakri,A.J, *Konsep Maqasid Syariah menurut Al-Syatibi*, Jakarta:Raja Grafindo Persada,1996, h.62.

[24] Ibid, h.63.

[25] Bank Indonesia, Penjelasan atas peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektonik, Jakarta, Indonesia:Bank Indonesia,2009, h.2.

lakukan tanpa harus menginput pin dan tanda tangan karena transaksi dilakukan dengan cara off-line.[26]

Kedua, Transaksi dengan uang elektronik lebih mudah ketimbang transaksi dengan menggunakan alat transaksi lain. karena layanan integrase agen, kartu, aplikasi dan website dapat di akses dengan layanan online sehingga tidk perlu repot-repot ke bank atau kantor pos.

Ketiga, Efisiensi transaksi dengan uang elektronik akan tersasa lebih nyaman dan cepat karena pemegang uang elektronik tidak perlu bersusah payah untuk membawa uang tunai dalam jumlah yang besar, tidak perlu menyimpan uang receh (kembalian). Selain itu, degan menggunakan uang elektronik kesalahan dalam menghitung kembalian dari suatu transaksi tidak akan terjadi.[27] Hal ini membuktikan bahwa penggunaan uang elektronik dapat meminimalisir bahkan menghilangkan kemadharatan yang terjadi akibat penggunaan uang tunai.

2.2.2 Akad Dalam Uang Elektronik.

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasiaonal-Majelis Ulama Indonesia NO:116/DSN-MUI/XI/2007 terdapat beberapa akad yang berhubungan dengan mekanisme uang elektronik.

1. Akad Antara Penerbit dan Pemegang E-Money.

a. Wadi'ah

Al-wadi'ah merupakan titipan murni yang setiap saat dapat di ambil jika pemiliknya menghendaki.[28]Dalam Bahasa Inonesia wadi'ah berarti "**titipan**". Wadi'ah adalah akad (aqad) atau kontrak antara dua pihak, yaitu antara pemilik barang dan kustodian[29] dari barang tersebut.barang tersebut dapat berupa apa saja yang berharga atau

[26] Hayati,S. dkk, *Operasiaonal e-money*, Jakarta,Indonesia:Bank Indonesia,2006, h.5.
[27] Ibid, h.5.
[28] Muhammad Syafi'I .A, *Bank Syariah Dari Teori ke Pratik*, Jakarta:Gema Insani Press, 2001, h.148.
[29] Bank Kustodian atau disingkat custodian adalah suatu lembaga yang bertanggung jawab untuk mengamankan asset keuangan dari suatu perusahaan atau perorangan.

memiliki nilai.[30]Wadiah adalah titipan nasabah yang harus di jaga dan di kembalikan setiap saat apabila nasabah yang bersangkutan menghendakinya.

Penerima titipan bertanggung jawab atas pengembalian dana /barang yang dititipkan. Penerima titipan di perbolehkan meminta ujrah (imbalan) atas penitipan barang atau dana tersebut. Penerima titipan diperbolehkan memberikan bonus kepada penitip tetapi tidak boleh diperjanjikan sebelumnya dan besarnya tergantung kebijaksanaan penerima titipan.[31]

Wadi'ah dalam uang elektronik terjadi ketika calon pemegang uang elektronik menyerahkan sejumlah uang kepada penebit dengan maksut menitipkan dan selanjutnnya sejumlah uang tersebut dikonversikan menjadi sebuah nilai uang elektronik senilai uang yang di serahkan. Selanjutnya penerbit wajib memelihara dan menjaga sejumlah uang tersebut kemudian menyerahkannya kepada pemegang saat di minta atau di ambil atau untuk pembayaran kepada pedagang (Merchant).

Jenis-jenis Wadi'ah

a. Wadi'ah yad amanah (trustee Depository)

Bank bertindak sebagai trustee dan menjaga barang tersebut. Bank tidak menjamin pengembalian barang tersebut dalam hal barang tersebut hilang atau rusak karena pencurian,kebakaran,kebanjiran atau musibah alam lainnya asalkan bank telah melakukan semua tindakan

[30] Nassarudin Umar, Fathurrrahman Djamil, *PERBANKAN SYARIAH Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Jakarta:2014,Prenadamedia Group, h.351.

[31] Firdaus Furywardhana, *Akuntansi Syariah di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta:Guepedia, h.117.

yang di perlukan untuk mengamankan barang tersebut.[32] Wadi'ah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh di manfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang di titipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
- Sebagai konpensasi, penerima titipan diperkenankan u tuk membebankan biaya kepada yang menitipkan.
- Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau safe deposit box.[33]

b. Wadi'ah yad dhamanah (Guarantee Depository)

Bank sebagai custodian menjamin bahwa barang yang di titipkan itu tetap berada di dalam penyimpanan custodian. Dalam hal ini, bank akan mengganti barang yang di titipkan tersebut apabila barang tersebut hilang, atau rusak. Berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah, nasabah memperkenankan bank untuk menggunakan barang yang di titipkan itu asalkan penggunaannya harus sesuai dengan prinsip Syariah dengan syarat bank harus mengganti keuntungan dan kerugian yang berkaitn dengan barang tersebut.[34]

Bank dapat memberikan insentif kepada nasabah dalam bentuk bonus asalkan jumlahnya tidak di setujui sebelumnya dan secara sukarela. Dalam pemberian jasa bank Syariah, wadi'ah yad dhamanah digunakan oleh bank Syariah untuk menghimpun atau

[32] Nassarudin Umar, Fathurrahman Djamil, *PERBANKAN*…, h.352.
[33] Muhammad Syafi'I .A, *Bank*… , h.148.
[34] Nassarudin Umar, Fathurrrahman Djamil, PERBANKAN… , h.352.

memobilisasi dana simpanan nasabah dalam bentuk rekening giro, rekening tabungan, dan rekening deposito.[35]Wadiah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat di manfaatkan oleh yang menerima titipan.
b. Karena di manfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tentu dapat menghasilkan manfaat.
c. Produk perbankan yang sesuai dengan akad ini yaitu giro dan tabungan.
d. Bank konvensional memberikan jasa giro sebagai imbalan yang dihitung berdasarkan presentase yang di tetapkan.
e. Jumlah pemberian bonus sepenuhnya merupakan kewenangan manajemen bank Syariah karena pada prinsipnya dalam akad ini penekananya adalah titipan.
f. Produk tabungan juga dapat menggunakan akad wadi'ah karena pada prinsipnya tabungan mirip dengan giro, yaitu simpanan yang bisa diambil setiap saat.[36]

b. Qardh

Kata Qardh berasal dari kata Arab Qirad yang berarti "memotong". Disebut Qardh karena terjadi pemotongan sebagian dari kekayaan peminjam (lender) dengan memberikan pinjaman (loan) kepada penerima pinjaman (borrower).[37]Akad Qardh adalah transaksi pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.[38]

[35] Ibid, h.353.
[36] Muhammad Syafi'I .A, Bank… , h.149.
[37] Nassarudin Umar, Fathurrahman Djamil, PERBANKAN… , h.342.
[38] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta:Rajawali Pers,2014), h.54.

Perjanjian Qardh adalah perjanjian pinjaman. Dalam perjanjian qardh, pemberi pinjaman (kreditur) memberikan pinjaman kepada debitur (muqtaridh) dengan ketentuan debitur akan mengembalikan pinjaman tersebut pada waktu yang telah diperjanjikan dengan jumlah yang sama ketika pinjaman itu diberikan.[39] Akad Qardh dapat di gunakan dalam hubungan hukum antara penerbit dengan memegang uang elektronik. Apabila menggunakan akad Qardh, maka harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

a. Berisifat hutang – piutang.
b. Penerbit dapat menggunakan (menginvestasikan) uang hutang dari pemegang uang elektronik.
c. Penerbit dapat mengembalikan jumlah pokok piutang pemegang uang elektronik kapan saja sesuai kesepakatan.
d. Otoritas boleh membatasi penerbit dalam penggunaan dana hutang dalam pertimbangan maslahah.

c. Sharf

Secara bahasa sharf berarti tambahan, penukaran, penghindaran atau transaksi jual beli.[40] Sharf adalah perjanjian jual-beli suatu valuta asing (mata uang) dengan valuta (mata uang) lainnya.[41] Penukaran valas merupakan jasa yang diberikan bank Syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama (single currency) maupun berbeda (multi currency), yang hendak ditukarkan atau dikehendaki oleh nasabah.

[39] Fatwwa Dewan Syariah Nasiona-Majelis Ulama Indonesial No. 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang al – Qardh.

[40] Sutan Remy Sjahdiyni, *Perbankan Islam dan Kedudukan dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta:Pustaka Utama Grafiti, 1999, h.87

[41] Dewan Redaksi Ensiklopedia Hukum Islam,1997:1610-1612

Akad sharf transaksi pertukaran antar mata uang berlainan jenis.[42]Implementasi akad sharf dalam uang lektronik dapat dianalogikan (Qiyas)[43] denagn uang elektronik karena terdapat beberapa kesamaan karakteristiknya. Beberapa kesamaan dan kondisi itu diantaranya:

Tabel 2.1

Implementasi akad sharf pada uang elektronik

No	Karakteristik Sharf	Karakteristik Uang Elktonik
1	Tidak boleh di tangguhakan	Pada uang lektronik pemegang kartu membeli fisik uang lektronik maupun mengisi saldonya dengan cara menyerahkan uang dan menerima fisik kartu yang telah terisi ulang secara langsung dan tepat waktu.
2	Adanya kesamaan ukuran (At-tamatsul)	Pada pengisian uang elektronik, jumlah uang yang disetorkan untuk mengisi ulang saldo sama dengan jumlah saldo yang terisi

[42] Muhammad, *Manajemen…* , h.64-65

[43] Qiyas adalah menetapkan suatu hukum suatu perkara yang baru yang belum ada pada masa sebelumnya namun memiliki kesamaan dalam sebab, manfaat, bahaya dan berbagai aspek dengan perkara terdahulu sehingga dihukumi sama. (https://id.m.wikipedia.org)

3	Terbebas dari khiyar syarat	Dalam transaksi uang elektronik tidak terdapat khiyar syarat, pada saat transaksi di lakukan ketika masing-masing pihak telah menunaikan kewajiban dan mendapatkan haknya, maka transaksi telah selesai.
4	Dilakukan secara kontan (At-taqabuth)	Pada uang lektronik, pembelian kartu pengisian saldo, maupun pembayaran kepada merchant dilakukan secara tunai tanpa adanya penundaan pembayaran

Sumber: Fitri, 2018

2. Akad Antara Penerbit Dengan Agen Layanan Keuangan Digital.

a. Ijarah

Kata ijarah berasal dari kata al-'Ajr yang berarti kompensasi (compensation), substitusi (substitute), pertimbangan (consideration), imbalan (return), atau counter value (al-'wad).[44] Menurut Fatwa DSN-MUI No.09/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 13 Aprl 2000 tentang pembiayaan ijarah, ijarah adalah pemindahan hak pakai atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.[45] Ijarah adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan/atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak

[44] Nassarudin Umar, Fathurrahman Djamil, PERBANKAN… , h.263

[45] Fatwa DSN-MUI No.09/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 13 Aprl 2000 tentang Pembiayaan Ijarah

pakai atas objek dengan penyewa untuk mendapatkan imblan atas objek sewa yang disewakan.[46]

Pada konteks uang elektronik, akad ijarah di gunakan dalam hal transaksi sewa menyewa atas perlengkapan/peralatan dan terdapat pelayanan jasa dalam pembayaran upah menyangkut biaya registrasi maupun biaya isi ulang uang elektronik di luar nominal pengisian saldo utama. Apabila menggunakan akad ijarah harus memenuhi ketentuan dalam fatwa sebagai berikut:

1) Objek ijarah adalah manfaat dari barang dan/atau jasa.
2) Manfaat barang atau jasa harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
3) Manfaat atau jasa harus yang bersifat dibolehkan (tidak diharamkan).
4) Manfaat harus dikenali secara spesifik sedemikian rupa untuk menghilangkan jahalah (ketidaktahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.
5) Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya.
6) Sewa atau upah adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayarb nasabah kepada LKS sebagai pembayaran manfaat.

b. **Ju'alah**

Secara bahasa ju'alah adalah janji untuk memberikan imbalan award/ja'izah kepada pihak lain apabila berhasil mencapai natijah tertentu.[47] Ju'alah adalah akad dengan pihak pertama menjanjikan imbalan tertentu kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas

[46] Muhammad, *Manajemen…* , h.52
[47] Jaih Mubarak, Hasanudin, Fikih Mu'amalah Maliyah Akad Ijarah dan Ju'alah, Bandung:Simbosa Rekatama Media, 2017, h.272

atau pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama.[48]

Fatwa Dewan Syariah Nasional No.62/DSN-MUI/XII/2007 tantang ju'alah mendefinisikan, ju'alah adalah janji atau komitmen (iltizam) untuk memberikan imbalan (reward/'iwadh/ju'al) tertentu atas pencapaian hasil (natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Di dalam fatwa tersebut juga dijelaskan ketentuan dari akad ju'alah ini, yaitu:

Pihak ja'il harus memiliki kecakapn hukum dan kewenangan (muthlaq al-tasharruf) untuk melakukan akad, objek ju'alah harus berupa pekerjaan yang tidak dilarang oleh syari'ah, hasil pekerjaan harus jelas dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran, imbalan ju'alah harus di tentukan besarnyaboleh ja'il dan diketahui oleh para pihak pada saat penawaran, dan tidak boleh ada syarat imbalan yang diberikan dimuka (sebelum pelaksanaan objek ju'alah).[49]

Akad ju'alah sebenarnya merupaka salah satu bagian dari akad ijarah. Terdapat puka beberapa ketentuan terkait ujrah atu fee yang sama dengan akad ijarah. Pada uang elektronik, ju'alah digunakan oleh penerbit ketika penerbit melakukan perjanjian (akad) dengan para pihak penyelenggara uang elektronik, bahwa penerbit akan memberikan nominal tertentu apabila para pihak penyelenggara telah melakukan kewjibannya. Dengan perjanjian seperti itu, menunjukan

[48] Ahmad Ifham Sholihin, Buku Pintar Ekonomi Syariah, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2013, h.371

[49] Fatwa Dewan Syariah Nasional No.62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad Ju'alah

bahwa biaya-biaya yang terjadi di dalam transaksi uang elektronik adalah biaya-biaya riil.[50]

c. Wakalah

Arti harfiah dari wakalah adalah "memelihara" (looking after), "menjaga" (taking custody), atau "menggunakan keterampilan" (application of skill), "merawat" (remedying) sesuatu untuk dan atas nama orang lain. dari sini berasal dari kata tawkil yang berarti menunjuk seseorang untuk menjaga sesuatu dan juga untuk melimpahkan tugas kepada orang lain. wakalah juga berarti tanggung jawab.[51]

Menurut Fatwa DSN-MUI No.10 Tahun 2000, akad wakalah yaitu pelimpahan kekuasaan oleh suatu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakili. Akad wakalah digunakan dalam hal penerbit uang elektronik dengan pihak lain sebagai agen penerbit (co-Branding) dan atau terdapat untuk perwakilan lain dalam transaksi uang elektronik. Akad wakalah juga diterapkan dalam pembayaran kepada merchan (pedagang) dimana penerbit dapat mewakili pemegan kartu dalam membayar transaksi maupun sebaliknya tergantung pada jenis uang lektronik yang diterbitkan.

Apabila menggunakan akad ini maka harus memenuhi ketentuan berikut:

a. *Ijab Qabul* harus ditanyakan oleh para pihak untuk menunjukan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad) perwakilan ini.
b. Bersifat mengikat dan tidak dapat dibatalkan sepihak.

[50] Thoivah Nibras, Penyelenggaran Uang Elektronik Pada Produk TapCash Ib Hasanah Perspektif Fatwa DSN No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik (Skripsi Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Tahun 2018)

[51] Nassarudin Umar, Fathurrahman Djamil, PERBANKAN… , h.393

c. Orang yang mewakilkan (*muwakkil*) adalah pemilik sah dari sesuatu yang diwakilkan.
d. Muwakil harus orang *mukallaf*[52] atau anak *mumayyiz*[53]
e. Orang yang mewakili (wakil) harus cakap hukum, dapat mengerjakan tugasnya, dan amanah dalam bertugas.
f. Hal-hal yang diwakilan harus diketahui dengan jelas orang oleh orang yang mewakili, tidak bertentangan dengan Syariah islam, dan dapat diwakilkan menurut Syariah islam.

2.3 Perbedaan Uang Elektronik Syariah Dan Konvensional

Perbedaan E-Money Syariah dengan Konvensianal yakni terletak pada keunikan e-money syariah dimana nilai uang elektronik tidak boleh hilang walaupun kartunya hilang. Implikasi e-money syariah harus reintegrasi sehingga prinsip Know Costumer terpenuhi serta mengurangi risiko penyalahgunaan. Selain itu, data pemegang *e-money* syariah dan nilai uangnya tersimpan di server sehingga nilainya akan terus terjaga.

Perbedaan lain yang sifatnya minor adalah biaya transaksi top-up dan Tarik tunak "on us" yaitu perangkat milik penerbat tidak dikenakan biaya. Sedangkan "off us" yaitu perangkat bukn milik penerbit dapat dikenakan biaya dengan akad ijarah. Saat ini beberapa Bank Syariah juga akan mengeluarkan produk yang terkait dengan uang elektronik. Mereka tidak akan beraninelуncurkan produk itu kecuali setelah mendapat dukungan dari otoritas jasa keuangan dan MUI dalam hal ini melalui fatwa Dewan Syariah Nasional. Artinya bila sudah sah digunakan baik menurut agama maupun Negara. Selanjutnya yang dibutuhkan adalah kebijakan dan penghematan dalam menggunakannya, agar tidak boros dan menyebabkan kerugian di lain hari.

[52] Mukallaf adalah muslim yang dikenai kewajiban atau perintah dan menjauhi larangan agama.

[53] Mumayyiz adalah anak yang sudah mencapai usia dimana seorang anak sudah mulai bisa membedakan mana hal baik dan mana hal buruk atau membahayakan dirinya.

2.4 Minat Menggunakan Layanan

2.4.1 Pengertian Minat

Minat adalah keadaan ketika seorang tertarik tau mempunyai perhatian lebih terhadap sesuatu serta ingin mempelajari dan mengetahui lebih lanjut.[54] Berikut adalah pengertian minat menurut beberapa ahli:[55]

a. Cony Semiawan mengatakan bahwa minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons terarah kkepada suatu obyek tertentu yang dapat memberikan kepuasan.
b. S. Nasution menjelaskan minat adalah pernyataan psikis yang menunjukkan adanya pemusatan pikiran, perasaan dan kemauan terhadap suatu obyek kaeena menarik perhatian.
c. Menurut M. Buchori minat adalah kesadaran seseorang tentang suatu obyek, situasi atau seseorang yang mengandung ketertarikan dengan dirinya.
d. Sedangkan menurut Sardiman AM, menyatakan bahwa minat merupakan kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginn atau kebutuhan tersebut.

Menurut Kotler dan keller (2003:181) dalam jurnal Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani tentang minat menggunakan layanan uang elektronik yakni *"customer buying decision is all their experience in learning, choosing, using, even disposing of product"* yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimna konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman Dlam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh sifat-sifat budaya, social, pribadi, dan psikologi. Faktor-faktor psikologi yang

[54] http:kbbi.web.id di akses pada 27 September 2019
[55] Rafni Fajriati, Op. cit. www.academia.edu diakses pada 27 September 2019

mempengauhi keputusan pembelian diantaranya adalah motivasi, belajar, persepsi, kepercayaan, dan sikap.[56]

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Berdasarkan hasil penelitian Roni Andespa (2017) faktor yng mempengaruhi minat nasabah adalah sebagai berikut:[57]

a. Faktor usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran. Usia seorang nasabah jika semakin tinggi maka standar dalam menilai sesuatu juga kan naik, termasuk dalam menilai fasilitas yang dimiliki oleh bank. Dalam hal ini manajemen bank juga perlu megetahui bagaimana keyakinan dan sikap masyarakat. Keyakinan seseorang nasabah dapat berdasarkan pengetahuan atau kepercayaab nasabah kepada bank Syariah. Citra bank Syariah dapat di bentuk berdasarkan keyakinan dan sikap masyarakat. Sedangkan motivasi berasal dari pembelajaran dan pengalaman masa lalu sehingga dapat mempengaruhi nasabah untuk mengkonsumsi suatu produk. Perunahan perilaku konsumsi nasabah dapat berubah berdasarkan pengalaman hidupnya. Pihak bank harus mampu membangun sebuah permintaan atas produk perbankan yang dapat menarik minat nasabah.
b. Faktor persepsi, kelompok acuan, kelas social, serta peran dan status. Persepsi dapat mempengaruhi motivasi masyarakat dalam bertindak dan mempunyai keinginan untuk menggunakan layanan yang ada bank Syariah. Sedangkan perilaku nasabah sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan, seperti perilaku konsumen, gaya hidup baru, konsep pribadi, kebiasaan pilihham produk dan merek. Minat dan perilaku nasabah akan cenderung sama di suatu daerah sehingga dapatt mempengaruhi perilaku

[56] Priambodo Singgih dan Bulan Prabawi *" Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, 2018)

[57] Roni Adespa, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Vol 2, No 1, Januari-Juni 2017

dalam mengkonsumsi produk dan jasa antara masyarakat satu dengan yang lain.

a) Factor produk, harga, promosi, dan distribusi.

   Bauran pemasaran ini sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan bank Syariah.

b) Faktor budaya dan keluarga

   Budaya dapat menentukan keinginan dan perilaku bagi nasabah. Organisasi yang paling penting dalam masyarakat adalah keluarga, yang merupakan kelompok acuan yang paling berpengaruh dalam pola konsumsi.

2.4.2 Layanan

Menurut Kotler 1994 pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan nya. Industry perbankan merupakan industry jasa yang memiliki sifat pada karya sekaligus padat ilmu. Hanya dengan adanya petugas bank yang professional maka kualitas system pelayanan bank akan lebih dapat ditingkatkan.

Tanggapan pelayanan menurut Iskandar 2012 meliputi kegiatan dalam melayani nasabah dengan cepat dan tanggap termasuk juga menangani persoalan, pertanyaan dan keluhan yang dihadapi nasabah . selain tanggapan pelayanan, kecepatan melakukan transaksi maksutnya terampil dalam melayani nasabah yang datang dan tidak sering melakukan kesalah teknis, seperti kesalahan pendebetan, klalaian dalam proses transfer dan lain-lain.

Penesapan layanan perbankan elektronik yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan, penerapan system layanan elektronik memberikan berebagai keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi biaya dan waktu , serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah. Apalagi bagi industry perbankan yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa

sebagai daya Tarik bagi konsumen. Penggunaan teknologi informasi harus menciptakan nilai untuk pelanggan baik internal maupun external. [58]

2.5 Persepsi Manfaat

Menurut Davis (1989) persepsi manfaat berasal dari model TAM yang pada awalnya merujuk pada pekerjaan yang berhubungan dengan produktivatas, kinerja, dan efektifitas.[59] TAM (Technologyacceptance Model) adalah salah satu teori peerilaku yag menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi nformasi. Kelebihan TAM adalah TAM merupakan model parsimony yaitu model yang sederhana tapi valid. Selain itu, TAM juga telah banyak di uji dengan banyak penelitian yang hasilnya TAM merupakan model yang baik khususnya jika dibandingkan dengan model TRA dan TPB. Dalam TAM, minat menggunakan teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variable, yaitu persepi manfaat (perceived of usefulness) dan persepsi kemudahan (perceived ease of use)

Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi manfaat atau Perceived Usefulness didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Dari definisinya, diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.[60]

Dalam membentuk konstruk persepsi manfaat menggunakan 6 buah item yaitu:

a. Bekerja lebih cepat (Work more quickly)
b. Kinerja pekerjaan (Job performance)
c. Meningkatkan produktivitas (Increase productivity)

---

[58] Mieke Suharini "*Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking"* Bisnis & Birokrasi Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 2008, Vol 15 (3)

[59] Wilda Permana, Endang Siti Astuti, Imam Suryadi, *Layanan Perpustakaan via Mobile Data*, (Malang:Universitas Brawijaya Press, 2012), h.53

[60] Ni Made Ari Puspita Dewi, I Gde Kt. Warmika, *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar* (E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.4, 2016:2602-2636)

d. Efektivitas (Effectiveness)
e. Membuat pekerjaan lebih mudah (Makes job easier)
f. Berguna (Usefull)

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat di simpulkan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu pemikiran mengenai penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memberikan keuntungan bagi penggunanya. Persepsi manfaat dapat disimpulkan menjadi slah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan produk oleh penggunanya. Maka persepsi manfaaat dapat digunakan sebagai variable independent untuk mendukung prediksi terhadap variable dependen yaitu minat penggunaan layanan *e-money.*

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Abdul Khakim (2016) Persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (AMPK), persepsi kemanfaatan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan uji t sebesar 0,284 dan nilai signifikan sebesar 0,128 terhadap penggunaan AMPK. Dari hasil di atas dapat dikatakan bahawa penelitian ini mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yng menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh variable persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

Berbeda dengan penelitian yang di lakukan Christian Chandra (2018) penelitian ini juga menggunakan variable Persepsi Manfaat untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian pada pengguna e-money, namun hasilnya persepsi manfaat tidak berengaruh terhadap keputusan pembelian pada penggunaan e-money. Hal ini disebabkan karena pengguna e-money merasa tidak aman menggunakan e-money untuk bertransaksi disbanding menggunakan uang tunai dikarekan risiko kehilangan seluruh nilai nominal ketika e-money yang dimiliki hilang.

Nur Fitri Prawiwi (2015) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Konsumen

Menggunakan Kartu Brizz PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Makassar" menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh positif dengan nilai koefisian sebesar 0,281 terhadap minat konsumen menggunakan kartu Brizz PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk di Makassar.

Fitri Sholikhah (2018) juga menggunakan variable persepsi manfaat untuk mengetahui pengaruh minat menggunakan layanan E-Money BSM studi kasus pada masyarakat Kota Surakarta, tetapi dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan layanan e-money Bank Syariah Mandiri dengan nilai dari t-tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan 0,074>0,05. Hal ini menggambarkan persepsi akan manfaat e-money Bank Syariah Mandiri tidaka akan meningkatkan minat untuk menggunakan layanan tersebut. hal ini sebagaimana di jelaskan oleh penelitian istarni (2014) persepsi manfaat tidak mempunyai hubungan secara signifikan sehingga terjasi sebagian besar nasabah beranggapan bahwa layanan e-money tidak memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan oleh nasabah.

Jadi dapat di simpulkan dari penelitian – penelitian di atas bahwa persepsi manfaat menimbulkan hipotesis yang bebeda-beda dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk mencari seberapa besar persepsi manfaat berpengaruh terhadap produk e-money Bank BNI Syariah yaitu TapCash iB Hasanah.

2.6 Persepsi Kemudahan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai bentuk dimana orang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami. Davis (1989) juga menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan system informasi yang meliputi : mudah di pelajari dan mudah dioperasiakan, mudah bekerja dengan apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan dari klien atau pelanggan. Dengan demikian,

setiap layanan e-money dirasakan mudah digunakan oleh konsumen, maka layanan tersebut akan di minati oleh pelanggan dlam semua transaksi.

Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat di ketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.[61]

Dalam jurnal Setyo dkk, Sun dan Zhang (2011 mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk di pelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understanding* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skilfull* (menjadi trampil).

Menurut Venkatesh dan Moris (2000) persepsi kemudahan penggunaan telah terbukti memiliki efek atau pengaruh terhadap minat melalui dua jalur kasual , yaitu: efek langsung pada minat dan efek tidak langsung pada minat melalui persepsi kebermanfaatan yang dirasakan. Berdasakan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan dalam hal penggunaan teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah untuk di pahami dan tidak menyulitkan pengguna dalam melakukan pekerjaannya. Suatu produk semakin mudah digunakan akan menimbulkan persepsi penggunaan oleh penggunanya yang kemudian persepsi kemudahan dipilih sebagai variaabel independent untuk mendukung penelitian ini.

[61] Dwi Marchelina, Raisa Pratiwi, *Jurnal Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money* (2014)

Berdasarkan penelitian Andrean Septa Yogananda (2017) yang berjudul "Pengaruh Persepsi Manfaat, persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)" menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t-hitung masing-masing sebesar 5,170 lebih besar dari t-tabel (≤1,96) terhadap minat menggunakan layanan e-money. Semakin tinggi kemudahan untuk digunakan dan mudah untuk dipahami maka semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik.

Begitu juga dengan penelitian yang di lakukan Rurie Wiedya Rahayu (2018) yang berjudul "Pengaruh Perspsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari PT Gojek Indonesia" menyatakan bahwa persepsi kemudahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t statistic sebesar 0.313 lebih besar dari 0.05.

Dalam jurnal Christian Chandra (2018) dengan jurnal yang berjudul "Peran Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna E-Money di Indonesia)" menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan e-money dengan uji t sebesar 0,074 dan nilai signifikan sebesar 0,309. Hal ini menunjukan bahwa apabila persepsi kemudahan dari konsumen semakin tinggi maka tidak berarti keputusan pembelian menggunakan e-money juga akan meningkat. Hal ini disebabkan e-money tergolong alat pembayaran yang masih baru disbanding dengan alat pembayaran lainnya sehingga penggunaan e-money membutuhkan informasi menggenai penggunaannya.

Dari berbagai penelitian di ata peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah melalui variable persepsi kemudahan dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

yng menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh variable persepsi manfaat dan persepsi kemudahan.

2.7 Persepsi Risiko

Persepsi risiko atau *Perceived risk* dapat diartikan sebagai risiko secara umum yang di terima oleh seseorag pada saat menggunakan suatu sistem. Peter dan Ryan (1976) menyatakan persepsi risiko juga merupakan subjektivitas atas kerugian.[62] Pendapat lain mengenai persepsi risiko yaitu anggapan risiko menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negative dari suatu transaksi atau situasi, serta sebuah bentuk multidimensional yang terdiri dari dua tipe risiko, yaitu risiko produk dan risiko keuangan.[63]

Persepsi risiko ialah suatau persepsi-persepsi pelangan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan kegiatan. Menurut Featherman dan Pavlou (2002;1035) Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari penggunaan layanan atau produk. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko menurut Pavlou (2003;77).sebagai berikut :[64]

a) Berupa adanya risiko tertentu.
b) Mengalami kerugian
c) Pemikiran bahwa berisiko.

---

[62] Ni Made Ari Puspita Dewi, I Gde Kt. Warmika, *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar* (E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.4, 2016:2602-2636)

[63] Nur Rani Faradillah, *Persepsi Risiko (Perceived Risk) Konsumen Dalam Perilaku Belanja Daring Busana Muslim di Kalangan Mahasiswi Berhijab Trendi di Kota Malang Ditinjau Dari Tipe Kepribadian DISC* (Jurnal 2017)

[64] Priambodo Singgih dan Bulan Prabawi *" Pengaruh …,* (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, 2018)

Berdasarka definisi yang telah dijelaskan diatas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa persepsi risiko merupakan suatu pemikiran tentang risiko yang mungkin akan dialami oleh seseorang yang diakibatkan oleh suatu ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi negative lainnya yang mungkin dapat diterima atas penggnaan produk atau jasa. Penggunaan suatu produk tidak akan tertarik bila risiko atau konsekuensi negative apabila menggunakan produk tersebut banyak merugikannya. Pengguna akan berhenti menggunakan apabila dirasa risiko yang di timbulkan dimasa yang akan datang besar. Untuk itu variable persepsi risiko digunakan untuk memprediksi variable dependen minat menggunakan layanan *e-money.*

Persepsi Risiko dalam penelitian Annisa Haibah (2018) tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Persepsi Penggunaan Electronic Money menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap persepsi penggunaan e-money. Hal ini berarti bahwa semakin besar risiko akan mengurangi persepsi penggunaan e-money.

Dalam penelitian Singgih Priambodo dan Bulan Prabawi (2018) melakukan penelitian untuk menguji adanya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat mengguakan layanan uang elektronik.

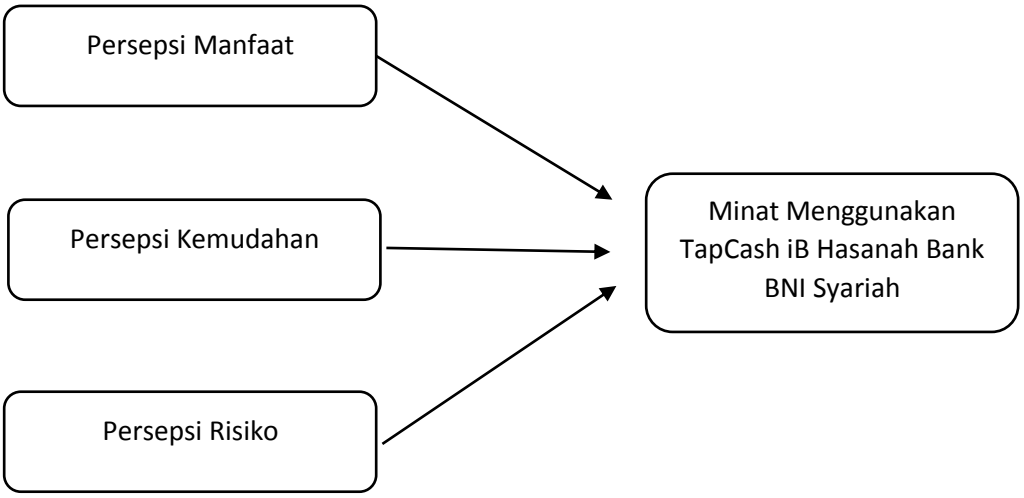
Diptha (2017) melakukan penelitan untuk mengetahui apa saja factor yang mempengaruhi tingkat kepuasan karyawan dalam menggunakan uang

elektronik flazz BCA dilingkungan Anantara Seminyak Resort Bali. Penelitian ini termasuk kategori penelitian kuantitatif. Hasil peneltian menunjukan bahwa faktor risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan karyawan dalam menggunakan uang elektronik flazz BCA.

Pada penelitian di atas di ketahui bahwa persepsi risiko memiliki sifat negative, sehingga dapat di simpulakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat penggunaan untuk menggunakan layanan uang elektronik. Hal ini menunjukan semakin tinggi ketidak pastian dan konsekuensi yang diterima oleh seseorang maka semakin rendah minat untuk menggunakan uang elektronik atau bahkan cenderung untuk menghindarinya. Namun bila semakin rendah timbulnya ketidakpastian dan konsekuensi risiko yang diterima oleh seseorang maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan uang elektronik.

Dari penjelasan di atas peneliti tertarik dengan persepsi risiko untuk di jadikan variable independent untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang.

2.8 Kerangka Penelitian



Berdasarkan kerangka penelitian diatas bahwa variable idependen (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko) memiliki pengaruh terhadap variable dependen (minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah). Dalam penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel *non probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling* kepada 100 responden yang mengetahui layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah.

2.9 Hipotesis

1. Hubungan antara Persepsi Manfaat dengan Minat Menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.

   H1 : Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan Tapcash iB Hasanah.

2. Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Minat Menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.

H1 : Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan Tapcash iB Hasanah.

3. Hubungan antara Persepsi Risiko dengan Minat Menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.

   H1 : Persepsi risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan layanan Tapcash iB Hasanah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitain

Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank BNI Syarah Semarang yang mengetahui layanan TapCash iB Hasanah Card Bank BNI Syariah. Waktu penelitian dilakukan pada bulan november 2019 untuk melakukan uji coba terhadap instrument penelitian sekaligus menyebarkan kuisioner, di lakukan analisis data dan penyususnan laporan penelitian. Kuesioner dibagikan kepada nasabah Bank BNI Syariah Semarang.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan terencana untuk mendapatkan jawaban pemecehan masalah terhadap fenomena-fenomena tertentu yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Peneltian Kuantitatif (Sugiyono 2008) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada realitas/gejala/fenomena yang dapat diamati, diukur dan memiliki hubungan gejala bersifat sebab-akibat, penelitian kuantitatif digunakan pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dapat menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitan ini termasuk dalam penelitian survei. Penelitian survei merupakan yang data dan informasinya didapat dari pengumpulansekuruh populasi (sampel). Survei dapat memberikan manfaat untuk berbagai tujuan deskriptif, sehingga dapat membantu dalam membandingkan kndisi yang ada dengan berbagai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. [65]Metode survei dignakan untuk mendapatkan data dari temoat tertentu yang menggambarkan

[65] Husein Umar, *Desain Penelirian Akuntansi Keperilakuan,* Jakarta:Raja Grafindo, 2008, h.57

suatu variable dan kejadian yang sebenarnya serta apa adanya dengan memberikna atau menyebarkan kuisioner, tes, wawancar terstruktur kepada nasabah Bank BNI Syariah Semarang. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu dengan menggunakan unit analisis yang diteliti adalah nasabah Bank BNI Syariah Semarang. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih[66]. Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah Persepsi Manfaat (X_1), Persepsi Kemudahan (X_2), Persepsi Risiko (X_3) berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang (y).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi berasal dari kata *population* yang berarti jumlah penduduk. Kata populasi bukan hanya menggambarkan jumlah penduduk melainkan hewan, tumbuhan, gejala, nili, peristiwa, dan lain sebagainya. Populasi penelitian merupakan seluruh obyek penelitian yang menjadi sumber data dalam penelitian. Pembatasan populasi harus berpedoman dengan tujuan dan permasalahan penelitian dengan adanya pembatasan populasi penelitian akan mudah dalam pengambilan sampel.[67]

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek

[66] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,* (Bandung:Alfabeta, 2016), h.36

[67] Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta ilmu-ilmu Sosial Lainnya,* edisi kedua, (Jakarta:Kencana, 2017), h.109.

itu.[68]Populasi Penelitian ini meliput seluruh nasabah pada Bank BNI Syariah Semarang yang berjumlah 115.510 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, missal karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul reprentatif (mewakili).[69]

Sampel dalam penelitian ini sebagian nasabah yang mengetahui layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut digunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Dimana :

n =Ukuran Sampel

N =Ukuran Populasi

e =Nilai Kritis (batasan ketelitian) yang diinginkan (10%)

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

$$=\frac{115.510}{1+115.510(0,1)^2}$$

[68] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,* (Bandung:Alfabeta, 2016), h.80

[69] Ibid, h.81.

= 99,9135 dibulatkan menjadi 100

Dari perhitunagn diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan Teknik *Purposive Sampling* yaitu Teknik penentuan sampel denga pertimbangan tertentu.[70] Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui minat menggunakan layanan e-money Bank BNI Syariah yakni TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang dengan kriteria nasabah yang mengetahui produk TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Pengertian Data

Penelitian membutuhkan data-data yang akan dianalisis, diolah, dan diuji untuk menjawab rumusan masalah sebuah penelitian. Data adalah bahan mentah yang perlu proses pengolahan sehingga dapat menghasilkan sebuah informasi baik kuantitatif ataupun kualitatif yang menghasilkan sebuah fakta. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang relevan bagi penelitian untuk mengumpulkan data-data dilapangan.

3.4.2 Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diambil oleh peneliti sendiri dari sebuah sumber untuk kepentingan penelitian.[71] Yakni data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner/angket yang berisi pertanyaan hal yang berkaitan dengan persepsi

[70] Sugiyono, *Metode…*, h.85.
[71] Azuar Juliandi, Ifar, Saprina Manurung, *Metodologi…,* h.65..

manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.

Selain penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang merupakan suatu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti.[72] Data ini dapat berupa data yang sudah jadi seperti dokumen , sudah dikumpulkan , dan diolah oleh pihak lain serta biasanya telah dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumberlain diantaranya, buku-buku, skripsi terdahulu, jurnal, dan instansi terkait atau yang erat hubngannya dengan penelitian ini.

3.4.3 Teknik Pengumpulan data

Kuisioner atau Angket merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara ,memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden. Selain itu kuisioner cocok digunkan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau media lainnya.[73]

Dalam penelitian ini juga menggunakan wawancara untuk mendapatkan data jumlah pengguna Tapcash iB Hasanah dan jumlah nasabah keseluruhan pada Bank BNI Syariah Semarang. Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dan peneliti.[74]

---

[72] Sugiyono, *Metode …*, h.222.

[73] Sugiyono, *Metode…*, h.142.

[74] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, serta ilmu – ilmu social lainnya*, Jakarta: Kencana, 2011, hlm. 136.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segla sesuatu yang di tetapkan pleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan variable, maka macam-macam variable dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :[75]

1. Variable Independen (variable bebas) adalah variable yang mempengaruhi atau variable yang memjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabl independent adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko.
2. Variable Dependen (terikat) adalah variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variable dependen dengan minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.

Tabel 3.1

Variable dan Pengukuran

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Persepsi Manfaat	Menurut Davis (1989) Konstruk persepsi manfaat berasal dari model TAM pada awalnya merujuk pada pekerjaan yang berhubungan dengan produktivatas, kinerja, dan efektifitas. Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi	Adapun Indikator Persepsi Manfaat adalah sebagai berikut : a. Penggunaan system mampu meningkatkan kerja individu b. Penggunaan system mampu menambah tingkat produktifitas individu c. Penggunaan system meningkatkan efektifitas kinerja individu d. Penggunaan bermanfaat bagi individu	Di ukur melalui angket, mengg unakan *Skala Likert*

[75] Sugiyono, *Metode*, h.39.

	manfaat atau Perceived Usefulness didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.	(sumber : Reza Andryanto, 2016)	
Persepsi Kemudahan	Menurut Davis (1898) persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana interaksi individu dengan sistem informasi atau teknologi yang spesifik terlepas dari pengaruh psikologi.persepsi kemudahan merupakan salah satu keyakinan utama yang mempengaruhi niat perilaku pengguna teknologi model TAM yang asli	Adapun Indikator Persepsi Kemudahan adalah sebagai berikut : a. Sangat mudah b. Mudah dipahami c. Praktis dan fleksibel d. Mudah di dapatkan e. Mudah melakukan isi ulang saldo (sumber: Annisa Haibah, 2018)	Di ukur melalui angket, menggunakan *Skala Likert*

	maupun yang telah direvisi		
Persepsi Risiko	Menurut Featherman dan Pavlou (2002;1035) Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari penggunaan layanan atau produk.	Adapun indikator Persepsi Risiko adalah sebagai berikut : a. Kekhawatiran saldo akan berkurang dengan sendiri. b. Kekhawatiran dengan adanya potensi gagal melakukan transaksi c. Kekhawatiran karena produk tidak mencantumkan identitas diri dan kata sandi (sumber: Annisa Haibah, 2018)	Di ukur melalui angket, mengg unakan *Skala Likert*
Minat	Menurut Kotler dan keller (2003:181) yakni *"customer buying decision is all their experience in learning, choosing, using, even disposing of product"* yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen	Adapun indikator Minat adalah sebagai berikut : a. Ketertarikan terhadap produk b. Ketersediaan fasilitas produk c. Terpenuhinya kebutuhan (sumber: Fitri Sholikah, 2018)	Di ukur melalui angket, mengg unakan *Skala Likert*

	dimna konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk		

3.6 Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat pada waktu penelitian menggunakan suatu metode pengumpulan data agar pekerjaanya lebih mudah dan hasilnya lebih baik. Dalam arti cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah untuk diolah.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena social. Dalam penelitian fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang sellanjutnya disebut dengan variable peneltian.

Dengan sekala likert, maka variable akan diukur dijabarkan menjadi Indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusunitem-item instrument yang dapat berupa pentataan atau

pertanyaan. Utuk keperluan analisi kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :[76]

a. Sangat Setuju/selalu/sangat positif sering di beri skor 5
b. Setuju/sering/positif diberi skor 4
c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
d. Tidak Setuju/hamper tidak pernah/negative diberi skor 2
e. Sangat Tidak Setuju/tidak pernah diberi skor 1

Agar kuisioner yang disebarkan kepada responden benar-benar dapat mengukur apa yang diukur, maka kuisioner harus valid dan reliabel. Digunakan uji validitas dan reabilitas terhadap butir-butir pertanyaan dalam kuisioner agar data yang diperoleh dari pengukuran jika diolah tidak memberikan hasil yang menyesatkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.8 Uji Kualitas Data

3.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah bukti bahwa instrument, Teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur konsep yang dimaksudkan. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan.[77] Validitas adalah data valid, terdapat banyak hal yang dapat mengurangi valid data diantaranya adalah keadaan responden pada saat memberikan keterangan.[78]

Kuisioner disusun dan disebarkan kepada responden kemudian peneliti dapat melakukan uji validitas secara statistic dengan menggunakan Teknik

[76] Sugiyono, *Metode,* h.93-94
[77] Ibid, h.35.
[78] Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama,2002, h.104

korelasi. Langkah-langkah uji validitas dengan korelasi adalah sebagai berikut:

- Skor nomor angket dengan skor total seluruh item dikorelasikan
- Jika nilai korelasi (r) positif kemungkinan adalah valid
- Nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikan atau tidak.dengan menggunakan cara membandingkan r hitung dengan nilai r table. Apabila r hitung > r table maka instrument tersebut signifikan. Instrument tidak valid tidak layak menjadi item dalam sebuah instrument penelitian.

Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan olah data pada program computer SPSS untuk memudahkan peneliti. Kriteria penariakan kesimpulan valid atau tidak valid suatu instrumendapat dilihat dari probabilitas kesalahan korelasi (Sig). nilai dig disbandingkan dengan probabilitas kesalahan yang telah ditetapkan penelitian dengan symbol (α). Nilai α umumnya adalah 0.05, jika sig< α maka suatu item instrument yang korelasinya diuji adalah valid. Sebaliknya jika sig> α maka suatu item instrument tidak valid.[79]

3.8.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu pengukuran menunjukan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias(bebas kesalahan-error free). Oleh karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu lintas beragam item dalam instrument perlu dilakukan.[80]

Uji reabilitas merupakan proses pengukuran untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika instrument dari variable penelitian dapat dipercaya maka hasil peneliaan

[79] Azuar Juliandi, Ifar, Saprinal Marunung, *Metodologi,* h.79
[80] Sugiyono, *Metode,* h.35.

juga dapat memiliki tingkat kepercayaan tinggi.[81] Reabilitas dapat diuji dengan beberapa Teknik diantaranya adalah sebgai berikut:

a. Split half

Teknik ini dapat digunakan dengan cara berikut:

- Instrument dibagi menjadi dua bagian (nomor ganjil dan nomor genap)
- Total skor ganjil dengan total skor genap dikorelasikan dengan statistic korelasi product moment (r).
- Masukan nilai korelasi kedalam rumus Spearman Brown.
- Dapat ditarik kesimpulan jika r≥0.6 maka instrument reliabel.

b. Teknik Cronbach *Alpha*

Penggunaan Teknik *Cronbach Alpha* dapat dilakukan dengan program computer SPSS. Pengambilan skor hanya pada instrument yang valid. Jika nilai koefisien reabilitas (*Cronbach* Alpha*)* ≥ 0.6 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa instrument yang reliabel. Menurut arikunto (2002) pada buku Azuar Juliandi, dkk bahwa reanilitas dapat juga dilihat dengan membandingkan nilai koefisian reliabel dengan r table. Jika nilai koefisian reliabel lebih besar dari r table maka dapat disimpulkan suatu instrument tersebut reliabel.[82]

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk megetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data.pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan stansar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian parametric-test (uji parametrik)

[81] Azuar Juliandi, Ifar, Saprinal Marunung, *Metodologi,* h.80.
[82] Ibid, h,76-83.

adalah data harus harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).[83]

Untuk mengetahui normalitas data, dapat dilakukan uji normalitas data yang dapat digunakan dengan histogram, normal P-Plot, *Skewness,* dan Kurtosis atau dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Taraf signifikan dalam uji normalitas adalah 0,05. Jika nilai sig < 0,05 maka data tidak berdistribui normal. Sedangkan jika nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantra variabelbebas memiliki masalah multikolieritas (gejala multokolieritas) atau tidak. Multikolinearitas adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan diantara variable bebas. Uji multikolinearitas perlu dilakukan juka jumlah variable independent (variable bebas) lebih dari satu. Menurut Wijaya (2009:119), ada beberapa cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, sebagai berikut :

a. Nilai R yang di hasilakan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi tetapi secara individual variable bebas banyak yang yang tidak signifikan memengaruhi variable terikat.

b. Menganalisis korelasi diantara variable bebas. Jika diantara variable bebas ada korelasi yang cukup tinggi (lebih besar dari pada 0,90), hal ini merupakan idikasi adanya multikolineniaritas.

c. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai VIF (*variance-inflsting factor)*. Jika VIF > 10, tingkat kolinearitas dapatt ditoleransi.

[83] Sugiyono, *Metode,* h.53.

d. Nilai *Eigenvalue* jumlah satu atau lebih variable bebas yang mendekati nol memberikan petunjuk adanya multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wijaya (2009:124) Heteroskedatisitas menunjukan bahwa varian variable tidak sama untuk semua pengamatan/observasi.jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedasitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedasitas dalam model atau dengan perkataan lain terjadi heterokedasititas.

Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi problem heterokedasitas pada model regresi, yakni antara lain:

1. Dengan melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heterokedasitas.
2. Dengan melakukan uju statistic glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual dan meregresinya dengan variable independent dalam model (Gujaratin dan Poter 2010). Jika diperoleh nilai signifikan untuk variable independent > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heterokedasiatas.[84]

3.10 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda lebih sesuai dengan kenyataan dilapangan bahwa suatu variable terikat tidak hanya dapat dijelaskan oleh satu variable beebas saja tetapi perlu dijelaskan oleh beberapa variable terikat. Analisis regresi

[84] Hengky Latan dan Selva Temalagi, Analisi MultivariateTeknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 66.

linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variable independent (x) terhadap variable dependen (y).

Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas adalah pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi resiko. Sedangakan yang menjadi variable terikat adalah minat menggunakan TapCash iB Hasanah pada masyarakat semarang. Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y : variable dependen yaitu minat menggunakan TapCash iB Hasanah

B : koefisien dari variable bebeas (x)

X1 : varable persepsi manfaat

X2 : variable persepsi kemudahan

X3 : variable persepsi resiko

e : standar error

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis regresi yaitu uji asumsi klasik

3.11 Uji ketetapan model

3.11.1 Uji F

Uji f dimaksudkan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas (X) secara keseluruhan terhadap variable terikat (Y).

Pengujian ini untuk mengetahui apakah variable independen secara serentak berpengaruh terhadapvariabel dependen. Apabila tingkat

probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variable independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable terikat.

Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap F*hitung* dengan F*tabel* kriteria pengambilan keputusan adalah :[85]

a. Apabila F*hitung* > F*tabel* dan tingkat signifikan (α) < 0,05 H_0 menyatakan bahwa semua variable independent tidak berpengaruh secara simultan terhadap variable dependen ditolak. Ini berarti secara simultan semua variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

b. Apabila F*hitung* > F*tabel* dan tingkt signifikansi (α) < 0,05 H_0 diterima yang berarti secara simultan semua variable independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

Kaidah pengambilan keputusan Uji-f dengan menggunkan SPSS sebagai berikut :

- Jika probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak.
- Jika probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima.[86]

3.11.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisi ketetapan model R^2 dilakukan untuk mendeteksi ketetapan yang paling baik dari garis regresi. Uji ini dilakukan dengan cara melihat besarnya angka determinasi. Koefisien determinasi (R^2) merupakan besaran non negative dengan besarnya angka determinasi adalah antara angkaa nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Koefisien determinasi berarti tidak ada hubungan antara

[85] Fitri sholikhah, *Pengaruh Persepsi Manfaat , Daya Tarik Iklan, Dan Sikap Terhadap minat Menggunakan Layanan E-Money BSM, 2018*

[86] Agus Widarjono, Analisi Multivariate Terapan dengan program SPSS, AMOS, dan SAMRTPLS, Yogyakarta: Upp STIM YKPN, 2015, h. 17-21.

variable bebas dan variable terikat. Koefisien determinasi bernilai satu berarti suatu kecocokan sempurna dari ketetapan model.[87]

3.11.3 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian t statistic untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable teerikat. Ujit t akan dapat menunjukana pengaruh masing-masing variable independent terhadap variable dependen. Jika tingkat probabilitasnya lebih kecil daro 0,05 maka dapat dikatakan variable independentberpengaruh terhadap variable dependen.

Hipotesisi yang digunakan :

a. Apabila Ho: bi ≤ 0 = variable independent berpengaruh negative terhadap variable dependen.
b. Apabila Ho: bi ≥ 0 = variable independent berpengaruh positif terhadap variable dependen.

Produk pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap t hitung, kemudian membandingkan t_{tabel} drngan t_{hitung}. Kriteria pengambilan keputrusan adalah sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan (α) < 0,05, maka Ho di tolak, menyatakan bahwa terdapat pengaruh variable independent secara persial terhadap variable dependen.
b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikan (α) > 0,05, maka Ho diterima, menyatakan bahwa variable independent tidak terdapat pengaruh secara persial terhadap variable dependen.

[87] Ibid, fitri Sholikah

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4..1 Gambaran Umum dan Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank BNI Syariah Semarang

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008

tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Bank BNI Syariah mempunyai 5 kantor yang beroperasinal di Kota Semarang. Kantor Cabang Pusat berada di Jl. Jendral Ahmad Yani No.152 Semarang, Kantor Cabang Pembantu berada di Komplek Kampus UNISSULA Jl. Raya Kaligawe Km.4 Semarang, Kantor Kas Hidayatullah berada di Jl Durian Selatan No.6 Kelurahan Srondol Wetan Banyumanik Semarang, Kantor Cabang Pembantu Ungaran berada di Jl. Diponegoro No 222A, dan yang baru saja di buka yakni Kantor Cabang pembantu yang berada di Purwoyoso, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang.

Pada kelima kantor perusahaan Bank BNI Syariah Seamarang yang ada di Kota Semrang memiliki nasabah yang cukup banyak yakni sebesar 115.510 nasabah yang memiliki investasi, tabungan ataupun produk lain yang di tawarkan Bank BNI Syariah semarang. Produk yang lain yang saat ini gencar di era digital yakni uang elektronik atau yang biasa di sebut *E-money*. Produk uang elektronik yang di tawarkan Bank BNI Syariah yakni TapCash iB Hasanah tidak jauh berbeda dengan uang elektronik bank – bank lain dan perusahan lain yang juga menawarkan uang elektronik.

4.1.2 E-Money Bank BNI Syariah (TapCash iB Hasanah)

TapCash adalah uang elektronik pengganti uang tunai yang bisa diisi ulang.

Kartu TapCash iB Hasanah adalah kartu pembayaran elektronik *co-branding* antara BNI Syariah dan BNI dengan menggunakan logo BNI Syariah dan BNI yang diterbitkan oleh BNI dengan disain khusus BNI Syariah, serta dipasarkan oleh BNI Syariah. Kartu TapCash iB Hasanah dipergunakan untuk transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan halal.

Karakteristik :

- Transaksi pembayaran lebih cepat (hitungan detik).
- Menghindari uang lecek dan uang palsu.
- Tanpa minimum transaksi.
- Dapat dipindahtangankan.
- Dapat diisi ulang (top up) dengan maksimal saldo Rp1.000.000,-.
- Saldo pada kartu tidak diberi bagi hasil dan tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Sarana isi ulang (top up) :

- Mesin ATM BNI Tunai dan Non Tunai yang memiliki maupun yang tidak memiliki *reader* TapCash.
- Mesin EDC yang disertai maupun yang tidak disertai dengan *reader* TapCash.
- Aplikasi SMS Banking BNI.
- Kantor Cabang BNI / BNI Syariah.

Layanan Merchant yang ada di Kota Semarang

Dapatkan kemudahan transaksi menggunakan TapCash iB Hasanah di merchant-merchant berikut :

1. Citrus Semarang.
2. Stasiun Semarang Tawang.
3. Stasiun Semarang Poncol.
4. Bandeng Juwana.
5. RS Permata Medika.
6. Lexa Skin Clinic.
7. Halmahera Music.
8. Ambarrukmo M Kopi.
9. Indomart/Alfamart di Kota Semarang

Kini Kartu TapCash iB Hasanah dapat diterima di Tol sebagai berikut :

- Tol Dalam Kota.
- Tol Lingkar Luar Jakarta (JORR).
- Tol Jakarta – Tangerang.
- Tol Meruya – Ulujami.
- Tol Jagorawi.
- Tol Bogor Selatan (BORR).
- Tol Jakarta – Cikarang.
- Tol Cikarang – Palimanan.
- Tol Cikarang – Purbaleunyi.
- Tol Palimanan – Purbaleunyi.
- Tol Palimanan – Brebes Timur.
- Tol Palimanan – Pejagan.
- Tol Bali – Mandara.
- Tol Makassar.

Cek Saldo TapCash iB Hasanah

- Seluruh ATM tunai dan non tunai BNI berstiker Tapcash.
- Seluruh EDC BNI (*reader* tapcash).
- Aplikasi BNI Tapcash Go (Khusus Handphone yang memiliki fitur NFC).
- Aplikasi BNI Experience (Khusus Handphone yang memiliki fitur NFC).

Tabel 4.1

Cek saldo TapCash iB Hasanah

Melalui ATM Tunai BNI dan non-Tunai BNI	1. Tekan tombol Accept / enter (warna hijau). 2. Pilih bahasa yang digunakan. 3. Pilih menu BNI Tapcash. 4. Pilih menu Balance Inquiry. 5. Letakkan kartu Tapcash di reader yang ber stiker TapCash. 6. Muncul Informasi saldo

	TapCash.
Melalui Mesin EDC di Kantor Cabang BNI Syariah atau Merchant Akseptasi Tapcash	1. Pilih menu BNI Tapcash; tekan enter. 2. Pilih Balance Inquiry; tekan enter. 3. Tempelkan kartu pada reader. 4. Muncul informasi saldo Tapcash.
Melalui Aplikasi BNI Tapcash Go	1. Install Aplikasi BNI Tapcash Go. 2. Aktifkan fitur NFC (Near Field Communication) pada handphone. 3. Pilih menu aplikasi BNI Tapcash Go. 4. Pilih Info Kartu. 5. Tempelkan kartu pada bagian depan/belakang handphone. 6. Muncul informasi saldo Tapcash di handphone dan informasi mutasi pemakaian Tapcash.
Melalui Aplikasi BNI Experience	1. Install Aplikasi BNI Experience. 2. Aktifkan fitur NFC (Near Field Communication) pada handphone. 3. Pilih menu Tapcash. 4. Tempelkan kartu pada bagian depan/belakang handphone. 5. Muncul informasi saldo Tapcash di handphone dan informasi mutasi pemakaian Tapcash.

Kirim Saldo TapCash iB Hasanah / *Pending Top Up*

Pending Top Up melalui :

- Seluruh ATM BNI (tanpa *reader TapCash*).
- Seluruh EDC BNI (tanpa *reader TapCash*).
- SMS Banking.

Agar saldo Tapcash BNI Syariah menjadi aktif, *Pending top up* harus disertai dengan "*update balance*" di ATM atau EDC BNI yang memiliki *reader* TapCash. Saat ini EDC BNI (*reader* TapCash) berada di cabang BNI dan kantor cabang utama BNI Syariah WJP (kecuali Lampung, Karawang dan Cilegon) (per akhir Agustus 2016).

1. ATM BNI (tanpa *reader TapCash*)
2. Masukkan Hasanah Debit / Kartu debit Bank lain.
3. Pilih Bahasa.
4. Masukkan PIN Hasanah Debit / Kartu Debit Bank lain.
5. Pilih Menu lain.
6. Pilih Menu BNI TapCash.
7. Pilih Kirim Saldo.
8. Input nomor Kartu TapCash iB Hasanah.
9. Tekan Ya.
10. Pilih Nominal *Top Up*.
11. Pilih Tabungan.
12. Transaksi selesai, muncul struk bukti isi ulang TapCash.

Untuk *pending* Top *Up* silahkan nomor kartu tujuan melakukan *update balanced* di EDC atau ATM BNI terdekat.

- Mesin EDC BNI (tanpa *reader* TapCash)
- Pilih menu TapCash.
- Pilih *balanced Inquiry*.
- Pilih *top up*.

- Pilih *debit card*.
- *Swipe* (gesek) kartu Hasanah Debit.
- Pilih *Yes/No*.
- Pilih Tabungan.
- Pilih Nominal.
- Pilih *Pending Top Up*.
- Pilih *Yes/No*.
- Input nomor kartu TapCash iB Hasanah.
- Tekan OK (Hijau).
- Untuk *pending top up* silahkan nomor kartu tujuan melakukan *update balanced* di EDC atau ATM BNI terdekat.
- SMS Banking
- Buka aplikasi SMS Banking.
- Masuk menu pembelian.
- Pilih TapCash.
- Input nomor kartu dan pilih nominal.
- Pilih proses.

Berikut cara melakukan Update *Balanced* TapCash BNI Syariah :

Update balanced TapCash iB Hasanah dilakukan apabila anda melakukan *pending top up* pada mesin EDC atau memilih menu kirim saldo pada ATM.

Update Balanced dapat dilakukan di :

1. Seluruh ATM Tunai dan non-Tunai BNI (*reader* TapCash).
2. Mesin EDC (*reader* TapCash).
3. BNI TapCash Go (khusus *Handphone* yang memiliki fitur NFC).

Tabel 4.2

Update *Balanced* TapCash

ATM Tunai BNI dan non-Tunai BNI	• Tekan tombol *Accept enter* (warna hijau). • Pilih bahasa yang digunakan. • Pilih menu BNI TapCash. • Pilih menu *Update* saldo. • Letakkan kartu Tapcash di *reader* yang ber stiker TapCash. • Konfirmasi nominal yang akan di *update balance*, jika benar pilih YA. • Transaksi sukses dilakukan. • Apabila transaksi sukses dilakukan, Saldo ter *Update* dan struk transaksi akan keluar.
Mesin EDC di Kantor Cabang BNI Syariah atau Merchant Akseptasi Tapcash	• Pilih menu BNI Tapcash, tekan enter. • Pilih Update Balance, tekan enter. • Tempelkan kartu pada *reader*. • Transaksi sukses dilakukan. • Apabila transaksi sukses dilakukan, saldo ter *update* dan struk transaksi keluar.
Aplikasi BNI Tapcash Go	• Install Aplikasi BNI TapCash Go. • Aktifkan fitur NFC (*Near Field Communication*) pada handphone. • Pilih menu aplikasi BNI Tapcash Go. • Pilih Update Balance. • Tempelkan kartu pada bagian depan/belakang handphone. • Muncul informasi "*Success*". Saldo ter update.

4..2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian perlu disajikan guna menggambarkan keadaan atau kondisi responden. Responden dapat memberi tambahan informasi dalam membantu memahami hasil penelitian. Adapun karakteritik -karakteristik responden penelitian terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat Pendidikan, dan pekerjaan responden. Responden dalam penelitia ini adalah nasabah pada Bank BNI Syariah Semarang yang berjumlah 100 orang. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden melalui kuisioner didapat data sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Adapun jenis kelamin responden pada Bank BNI Syariah Semarang adalah sebagai berikut :

Table 4.3

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden (Orang)	Presentase
Laki – laki	57	57%
Perempuan	43	43%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketui bahwa yang mengisi kuesioner, dari 100 responden ternyata sebanyak 57 responden atau 57% adalah berjenis kelamin pria, sedangkan sisanya yaitu sebanyak 43 responden atau 43% adalah berjenis kelamin wanita.

4.2.2 Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden dikelompokkan menjadi 5 jenis yaitu : kurang dari 20 tahun, 21 tahun – 30 tahun, 31 tahun – 40 tahun, 41

tahun – 50 tahun, dan lebih dari 50 tahun. Adapun data hasil penelitian tersebut adalah sebagi berikut :

Table 4.4

Usia Responden

No	Usia Responden	Jumlah	Presentase
1	Kurang dari 20 tahun	4	4%
2	21 tahun – 30 tahun	57	57%
3	31 tahun – 40 tahun	25	25%
4	41 tahun – 50 tahun	11	11%
5	Lebih dari 50 tahun	3	3%

Berdasarkan table 4.2 diatas menunjukkan bahwa Responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 4 orang atau 4%. Responden dengan usia 21 tahun – 30 tahun adalah sebanyak 57 orang atau 57% . Responden dengan usia 31 tahun – 40 tahun sebanyak 25 orang atau 25%. Responden degan usia 41 tahun – 50 tahun adalah sebanyak 11 orang atau 11%. Dan responden denga usia lebih dari 50 tahun adalah sebnayak 3 orang saja atau 3%.dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar didominasi dengan nasabah yang berusia 21 tahun sampai 30 tahun.

4.2.3 Tingkat Pendidikan

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden dikelompokkan menjadi 5 jenis yaitu :SMA, Diploma (D1, D2, D3), S1, S2, dan S3. Adapun data hail penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Table 4.5

Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presntase
1	SMA	47	47%
2	Diploma (D1, D2, D3)	16	16%
3	S1	28	28%
4	S2	9	9%
5	S3	0	0%

Berdasarkan table 4.2 diatas menunjukkan bahwa Responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 47 orang atau 47%. Responden dengan pendidikan terakhir Diploma (D1, D2, D3) adalah sebanyak 16 orang atau 16%. Responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 28 orang atau 28%. Responden degan pendidikan terakhir S2 adalah sebanyak 9 orang atau 9%. Dan responden pendidikan terakhir S3 tidak ada. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa 47% sebagian besar didominasi dengan nasabah yang Pendidikan terakhir SMA.

4.2.4 Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden dikelompokkanmenjadi 8 kategori yaitu : PNS, Dosen, Pengacara, Wiraswasta, Pegawai Swasta, Mahasiswa, Tidak bekerja.data hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	16	16%
2	Dosen	0	0%
3	Pengacara	0	0%
4	Wiraswasta	48	48%
5	Pegawai Swasta	21	21%
6	Mahasiswa	7	7%
7	Tidak bekerja	3	3%

Berdasarkan table 4.2 diatas menunjukkan bahwa Responden yang bekerja sebagai PNS adalah sebanyak 16 orang atau 16%. Responden yang bekerja sebagai Wiraswasta adalah sebanyak 48 orang atau 48%. Responden yng bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 21 orang atau 21%. Responden yang masih menjadi mahasiswa adalah sebanyak 7 orang atau 7%. Dan responden yang tidak bekerja ataupun ibu rumah tangga hanya 3 orang atau 3%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar didominasi dengan nasabah yang bekerja sebagai Wiraswasta.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variable penelitian ini terdiri dari variable independent dan variable dependen. Variable independent yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Variable dependen yaitu minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syyariah Semarang. Data hasil penelitian diperoleh dengan membagiakan kuisioner secara langsung kepada nasabah Bank BNI Syariah Seamarang. Data hasil penelitian adalah sebagai berikut

4.3.1 Variabel Persepsi Manfaat (X1)

Pada variable persepsi manfaat, penelitian dilakukan menggunakan 4 indikator dengan 4 butir pernyataan dan menngunakan skala *likert*, berikut table variable persepsi manfaat :

Tabel 4.7

Skor Kuisioner Variabel Persepsi Manfaat (X1)

No	SS	S	RR	TS	STS
1	27	47	10	7	9
2	18	37	19	17	9
3	19	23	26	20	12
4	21	24	28	19	8

Berdasarkan table 4.5 diatas menunjukan tanggapan responden untuk variable persepsi manfaat. Pada item pernyataan pertama yaitu manfaat dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah lebih menghemat waktu , menunjukan sebesar 27 responden menyatana sangat setuju, 47 resonden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan ragu-ragu, 7 responden menyatakan tidak setuju, dan 9 menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan kedua yaitu manfaat dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah memberikan ketelitian dalam bertransaksi , menunjukan sebesar 18 responden menyatana sangat setuju, 37 resonden menyatakan setuju, 19 responden menyatakan ragu-ragu, 17 responden menyatakan tidak setuju, dan 9 menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan ketiga yaitu manfaat dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah memberi berbagai diskon, menunjukan sebesar 19 responden menyatana sangat setuju, 23 resonden menyatakan setuju, 26 responden menyatakan ragu-ragu, 20 responden menyatakan tidak setuju, dan 12 menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan pertama yaitu manfaat dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah memberikan rasa aman dalam bertransaksi, menunjukan sebesar 21 responden menyatana sangat setuju, 24 resonden menyatakan setuju, 28 responden menyatakan ragu-ragu, 19 responden menyatakan tidak setuju, dan 8 menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.2 Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Pada variable persespsi kemudahan, penelitian dilakukan menggunakan 5 indikator dengan 5 butir pernyataan dan menggunakan skala likert, berikut table variable persepsi kemudahan :

Tabel 4.8

Skor Kuisioner Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

No	SS	S	RR	TS	STS
1	36	64	0	0	0
2	28	72	0	0	0
3	32	68	0	0	0
4	19	59	22	0	0
5	22	56	22	0	0

Berdasarkan table 4.6 diatas menunjukan tanggapan responden untuk variable persepsi kemudahan. Pada item pernyataan pertama yaitu kemudahan dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah mudah untuk dipahami , menunjukan sebesar 36 responden menyatana sangat setuju, dan 64 resonden menyatakan setuju.

Pada item pernyataan kedua yaitu kemudahan dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah sangat mudah untuk digunakan, menunjukan sebesar 28 responden menyatana sangat setuju, dan 72 resonden menyatakan setuju.

Pada item pernyataan ketiga yaitu kemudahan dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah lebih praktis dan fleksibel untuk dibawa, menunjukan sebesar 32 responden menyatana sangat setuju, dan 68 resonden menyatakan setuju.

Pada item pernyataan keempat yaitu kemudahan dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah mudah dibeli, menunjukan sebesar 19 responden menyatana sangat setuju, 59 resonden menyatakan setuju, dan 22 responden menyatakan ragu-ragu.

Pada item pernyataan kelima yaitu kemudahan dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah mudah untuk diisi ulang, menunjukan sebesar 22 responden menyatana sangat setuju, 56 resonden menyatakan setuju, dan 22 responden menyatakan ragu-ragu.

4.3.3 Variabel Persepsi Risiko (X3)

Pada variable persepsi risiko, penelitian dilakukan menggunakan 3 indikator dengan 3 butir pernyataan dan menggunakan skala *likert*, berikut table variable persepsi risiko:

Table 4.9

Skor Kuisioner Variabel Persepsi Risiko (X3)

No	SS	S	N	TS	STS
1	14	11	13	31	31
2	16	14	7	35	28
3	23	18	14	26	19

Berdasarkan table 4.7 diatas menunjukan tanggapan responden untuk variable persepsi risiko. Pada item pernyataan pertama yaitu risiko dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah saldo akan berkurang tanpa adanya transaksi, menunjukan sebesar 14 responden menyatana sangat setuju, 11

resonden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan ragu-ragu, 31 responden menyatakan tidak setuju, dan 31 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan kedua yaitu risiko dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah berpotensi gagal melakukan transaksi, menunjukan sebesar 16 responden menyatana sangat setuju, 14 resonden menyatakan setuju, 7 responden menyatakan ragu-ragu, 35 responden menyatakan tidak setuju, dan 28 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan ketiga yaitu risiko dari TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah tidak mencantumkan identitas diri dan kata sandi, menunjukan sebesar 23 responden menyatana sangat setuju, 18 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan ragu-ragu, 26 responden menyatakan tidak setuju, dan 19 responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.4 Variabel Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah (Y)

Pada variable minat menggunakan layanan, penelitian dilakukan menggunakan 3 indikator dengan 6 butir pernyataan dan menggunakan skala *likert*, berikut table variable minat menggunakan layanan:

Tabel 4.10

Skor Kuisioner Variabel Minat Menggunakan Layanan (Y)

No	SS	S	N	TS	STS
1	23	48	15	8	6
2	19	36	22	13	10
3	24	46	15	8	7
4	20	41	16	13	10
5	23	26	24	14	13
6	24	30	20	19	7

Berdasarkan table 4.8 diatas menunjukan tanggapan responden untuk variable minat menggunakan layanan. Pada item pernyataan pertama yaitu ketertarikan menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah , menunjukan sebesar 23 responden menyatana sangat setuju, 48 resonden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan ragu-ragu, 8 responden menyatakan tidak setuju, dan 6 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan kedua yaitu keinginan menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah , menunjukan sebesar 19 responden menyatana sangat setuju, 36 resonden menyatakan setuju, 22 responden menyatakan ragu-ragu, 13 responden menyatakan tidak setuju, dan 10 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan ketiga yaitu minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah saat merchant diperluas , menunjukan sebesar 24 responden menyatana sangat setuju, 46 resonden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan ragu-ragu, 8 responden menyatakan tidak setuju, dan 7 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan keempat yaitu minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah saat fasilitas ditingkatkan , menunjukan sebesar 20 responden menyatana sangat setuju, 41 resonden menyatakan setuju, 16 responden menyatakan ragu-ragu, 13 responden menyatakan tidak setuju, dan 10 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan kelima yaitu efektif dan efisien saat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah , menunjukan sebesar 23 responden menyatana sangat setuju, 26 resonden menyatakan setuju, 24 responden menyatakan ragu-ragu, 14 responden menyatakan tidak setuju, dan 13 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan keenam yaitu menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah memenuhi kebutuhan masyarakat dalam system pembayaran, menunjukan sebesar 24 responden menyatana sangat setuju, 30 resonden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan ragu-ragu, 19 responden menyatakan tidak setuju, dan 7 responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Statistic deskriptif digunakan untuk menggambarkan keseluruhan data penelitian secara statistik. Statistik deskriptif dalam penelitian ini merujuk kepada nilai rata-rata (mean), simpangan baku, (standar deviation), nilai minimum dan maksimum. Variable independent dalam penelitian ini yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Variable dependen dalam penelitan ini minat menggunakan layanan. Adapun hasil penelitian statistic deskriptif adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	100	7	20	13.63	3.951
Persepsi Kemudahan	100	18	25	20.92	1.968
Persepsi Risiko	100	3	15	8.01	3.419
Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah	100	9	30	20.96	5.069
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan hasil perhitungan pada table 4.9 diatas diperoleh hasil bahwa jumlah data setiap variable (N) yaitu 100, yang berasal dari sampel nasabah pada Bank BNI Syariah Semarang.

Variable persepsi manfaat memiliki nilai minimum sebesar 7 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rat (mean) varriabel ini sebesar 13.63 dan nilai simpangan baku (std. deviation) sebesar 3.951.

Variable persepsi kemudahan memiliki nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 25. Nilai rata-rat (mean) varriabel ini sebesar 20.92 dan nilai simpangan baku (std. deviation) sebesar 1.968.

Variable persepsi risiko memiliki nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 15. Nilai rata-rat (mean) varriabel ini sebesar 0.801 dan nilai simpangan baku (std. deviation) sebesar 3.419.

Variable minat menggunakan layanan memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 30. Nilai rata-rat (mean) varriabel ini sebesar 20.96 dan nilai simpangan baku (std. deviation) sebesar 5.069.

4.5 Pengujian Kualitas Data

4.5.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan pada variable yang diuji. Dalam penelitian ini terdapat 18 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun dasar kriteria penentuan valid tidaknya suatu penyataan dapat dilakukan dngan cara sebagai berikut:

Hasil r_{hitung} akan dibandingkan dengan $r_{tabel.}$ Dimana derajat kebebasan (df) = n-2 =100 – 2 = 98, di dapati r_{tabel} = 0.196 dengan signifikansi 5%. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan data tersebut valid. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan , maka hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Table 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Data

Variable	Item Butir Pernyataan	r_{tabel} (df=100-2=98)	Total Pearson Correlation	Sig – 2 Talied	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.196	0.670	0.000	Valid
	X1.2	0.196	0.836	0.000	Valid
	X1.3	0.196	0.876	0.000	Valid
	X1.4	0.196	0.815	0.000	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0.196	0.542	0.000	Valid
	X2.2	0.196	0.628	0.000	Valid
	X2.3	0.196	0.685	0.000	Valid
	X2.4	0.196	0.829	0.000	Valid
	X2.5	0.196	0.839	0.000	Valid
Persepsi Risiko (X3)	X3.1	0.196	0.791	0.000	Valid
	X3.2	0.196	0.856	0.000	Valid
	X3.3	0.196	0.741	0.000	Valid
Minat Menggunakan Layanan (Y)	Y.1	0.196	0.654	0.000	Valid
	Y.2	0.196	0.685	0.000	Valid
	Y.3	0.196	0.711	0.000	Valid
	Y.4	0.196	0.784	0.000	Valid
	Y.5	0.196	0.793	0.000	Valid
	Y.6	0.196	0.540	0.000	Valid

Berdasarkan table 4.10 diatas dapat diketahui bahwa r_{hitung} secara keseluruhan dari butir pernyataan yang diuji bernilai positif dan lebih besar

dari $r_{tabel.}$ Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dan uji validitas dinyatakan valid.

4.5.2 Uji Reabilitas Instrumen

Uji reliabiltas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Dalam penelitian ini pengujin reliabilitas menggunakan *Cronbach's* Alpha. Jika nilai Alpha > 0,06 maka dapatdisimpulkann bahwa instrumn tersebut reliabel. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Table 4.13

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variable	Cronbach Alpha	Nilai Kritik	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0.813	>0.06	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.756	>0.06	Reliabel
Persepsi Risiko (X3)	0.710	>0.06	Reliabel
Minat Menggunakan Layanan (Y)	0.785	>0.06	Reliabel

Berdasarkan pada table 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada item pernyataan variable persepsi manfaat sebesar 0.813, persepsi kemudahan 0.756, persepsi risiko 0.710, dan minat menggunakan layanan sebesar 0.785. Dari tiap item pernyataan variable, baik itu variable X1, X2, X3, dan Y memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.06. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melakukan pengujian data observasi apakah data tersebut normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov.* Dasar pengambilan keputusan pada uji *Kolmogorov Smirnov* yaitu apabila nilai signifikansi < 0,05 maka tidak berdistrinusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.55596834
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.919
Asymp. Sig. (2-tailed)		.367

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan table hasil output SPSS diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-talied) adalah 0.367, yang artinya 0.367 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

4.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertuuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya kolerasi antara variable independent dalam model regresi. Dasar pengsmbilan keputusan yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinieritas pasa model regresi adalah dengan melihat *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai tolerance > 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Jika nilai *Tolerance* < 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinieritas, atau dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu jika nilai VIF < 10 maka dapat disimpulakn tidak terjadi multikolinieritas. jika nilai VIF > 10 maka dapat disimpulakan terjadi multikolinieritas adapun hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut

Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	2.455	4.362		.563	.575		
Persepsi Manfaat	.852	.092	.664	9.261	.000	.997	1.003
Persepsi Kemudahan	.435	.186	.169	2.333	.022	.980	1.020
Persepsi Risiko	-.275	.107	-.185	-2.562	.012	.982	1.019

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

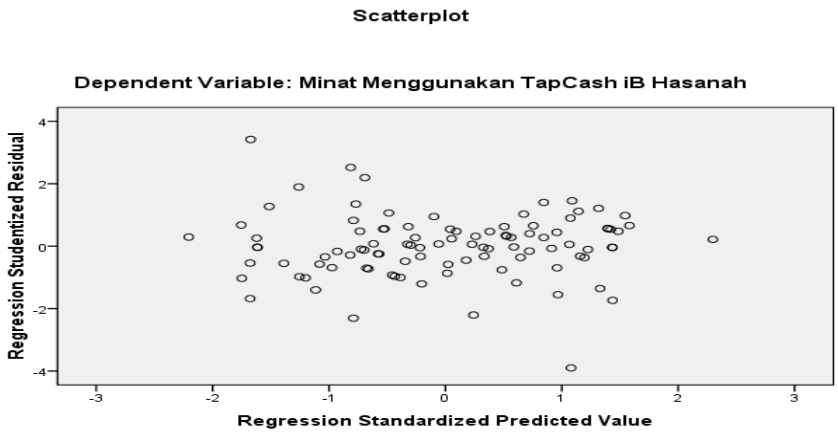
Dari hasil pengujian pada table 4.13 diatas dapat diketahui pada bagian *Collinearity Statistic*, perhitungan nilai *Tolerance* menunjukan tidak adanya variable independent yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,10, artinya tidak ditemukan adanya korelasi antar variable independent. Hasil perhitungan Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukan tidak adanya variable yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Sehingga dapat disimpulakn bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variable independent dalam model regresi.

4.6.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama disebut homokedasitas, dsn jika berbeda disebut heterokedasitas. Terdapat beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi problem heterokedasitas pada model regresi, salah satunaya adalah dengan melihat grafik *scatterplot*, dengan dasar analisis yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angga 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heterokedasitas.

Gambar 4.1

Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari gambar *scatterplot* diatas menunjukan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara acak, baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. untuk itu dapat disimpulakn bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi.

Untuk menguatkan hasil bahwa tidak terjadi heterokedasitas menggunakan scatterplot peneliti menguji kembali menggunakan Uji *Glejser*. Dasar pengambilan keputusan uji *glejser* yaitu jika diperoleh nilai signifikan untuk variable independent > 0,05, maka dapat disimpulakan bahwa tidak terdapat problem heterokedasitas. Adapun hasil heterokedasiatas menggunakan uji *glejser* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.888	3.017		1.289	.201
	Persepsi Manfaat	-.048	.064	-.077	-.758	.450
	Persepsi Kemudahan	-.047	.129	-.037	-.365	.716
	Persepsi Risiko	.037	.074	.051	.500	.618

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan table 4.14 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variable persepsi manfaat yaitu 0.450, variable persepsi kemudahan yaitu 0.716, dan persepsi risiko yaitu 0.618. ketiga variable memiliki nlai signifikansi yang lebih besar dari 0.05 maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi.

4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakuka untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kasual antara dua variable bebas atau lebih dengan satu variable terikat. Analisis regresi linier berganda ini mempunyai tujuan utnuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko sebagai variable bebas dan minat mengunakan layanan TapCash iB Hasanah sebagai variable terikat. Adapun hasil dari uji regresi linier berganda sebagai berikut:

Table 4.17

Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.455	4.362		.563	.575
	Persepsi Manfaat	.852	.092	.664	9.261	.000
	Persepsi Kemudahan	.435	.186	.169	2.333	.022
	Persepsi Risiko	-.275	.107	-.185	-2.562	.012

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Berdasarkan pada table 4.15 Diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 2.455. Nilai koefisien regresi variable persepsi manfaat (X1) sebesar 0.852, nilai koefisien variable persepsi kemudahan (X2) sebesar 0.435, dan nilai

koefisien regresi variable persepsi risiko (X3) sebesar -0.275. sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.455 + 0.852\ X1 + 0.435\ X2 - 0.275\ X3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) sebesar 2.455 bertanda positif. Memberikan pengertian jika variable independent konstan atau sama dengan nol (0), maka besarnya minat menggunakan TapCash iB Hasanah sebesar 2.455 satuan.
b. Nilai koefisien regresi persepsi manfaat untuk variable X1 sebesar 0.852 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa persepsi manfatt memiliki hubungan searah dengan minat menggunakan layanan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan persepsi manfaat satu satuan, maka variable minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang (Y) akan naik sebesar 0.852 atau 85.2% dengan asumsi bahwa variable independen yang lain dianggap tetap.
c. Nilai koefisien regresi persepsi kemudahan untuk variable X2 sebesar 0.435 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki hubungan searah dengan minat menggunakan layanan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap keaikan persepsi manfaat satu satuan, maka variable minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang (Y) akan naik sebesar 0.435 atau 43.5% dengan asumsi bahwa variable independen yang lain dianggap tetap.
d. Nilai koefisien regresi persepsi risiko untuk variable X3 sebesar – 0.275 dan bertanda negatif, ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki hubungan tidak searah dengan minat menggunakan layanan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan persepsi risiko satu satuan, maka

variable minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah di Bank BNI Syariah Semarang (Y) akan turun sebesar 0.275 atau 27.5% dengan asumsi bahwa variable independen yang lain dianggap tetap.

e. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variable persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang paling dominan diantara variable independen yang lain

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau uji analisi *R Square* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan adat aktualnya (*goodness of fit*). Koefisien determinasi ini emngukur seberapa besar presentase total variasi variable dependen (Y) yang dijelaskan oleh variable independent (X) didalam garis regresi. Nilai koefisien determinasi (R^2) terletak antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika R^2 semakin mendekati 1 maka semakin baik garis regresi dan semakin mendekati angka nol maka artinya terdapat garis regresi yang kurang baik. Adapun hasil dari uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713[a]	.508	.493	3.611

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Berdasarkan table 4.16 diatas diketahui bahwa dalam penelitan ini nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.508. Hal ini berarti sebesar 50.8% variasi minat menggunakan TapCash iB Hasanah dapat dijelaskan dari ketiga variable independent (persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko). Sedangkan sisanya (100% - 50.8% = 49.2%) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.8.2 Uji Simultam (Uji F)

Uji silmultan atau uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variable independent (X) terhadap variable dependen (Y) atau merupakan uji signifikan model regresi. Dasar pengambilan keputusan Uji F yaitu berdasarkan pada jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika sig < 0.05, mka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya secara Bersama-sama variable independent (X) dapat mempengaruhi variable dependen (Y). dan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika sig > 0.05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya secara Bersama-sama variable independent tidak mempengaruhi variable dependen.

Cara menentukan F table yaitu dari degree of freedom (df) untuk pengambilan (k-1) dan df untuk penyebut (n-k). n=jumlah sampel penelitian dan k = jumlah varibel (bebas + terikat). Adapun hasil uji simultan (Uji F) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1291.994	3	430.665	33.026	.000[a]
	Residual	1251.846	96	13.040		
	Total	2543.840	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Berdasarkan table 4.17 diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh yaitu sebesar 33.026 dengan derajat kebebasan (df) untuk pembilang = 4 – 1 = 3 dan df untuk penyebut = 100 – 4 = 96. Serta signifikan 0.05 atau 5%. Nilai F_{tabel} yang diperoleh yaitu 2.70. Hal ini menunjukan bahwa F_{hitung} sebesar lebih besar dari F_{tabel} 2.70, dan signifikansi 0.000 < 0.05, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variable persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi risiko (X3) secara Bersama-sama dan simultan berpengaruh terhadap variable minat menggunkan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang (Y)

4.8.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variable independent secara indivisu mempengaruhi variable dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan perbndingan nilai t_{hitung} dan nilai kritis sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Pengambilan keputusan Uji t berdasarkan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig < 0.05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh variable independent (X) terhadap variable dependen (Y).

Penentuan t_{tabel} df = (n – k) = 100 – 4 = 96. Diperoleh t_{tabel} sebesar 1660

Adapun hasil uji parsial (uji t) sebagai berikut

Tabel 4.20

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.455	4.362		.563	.575
	Persepsi Manfaat	.852	.092	.664	9.261	.000
	Persepsi Kemudahan	.435	.186	.169	2.333	.022
	Persepsi Risiko	-.275	.107	-.185	-2.562	.012

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa hasil analisi uji t adalah sebgai berikut :

1. Nilai t_{hitung} pada variable persepsi manfaat adalah sebesar 9.261 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. hal ini menunjukan bahwa t_{hitung} 9.261 > t_{tabel} 1.660 dan 0.00 < 0.05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

   Kesimpulan : variable persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.
2. Nilai t_{hitung} pada variable persepsi kemudahan adalah sebesar 2.333 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.022. hal ini menunjukan bahwa t_{hitung} 2.333 > t_{tabel} 1.660 dan 0.022 < 0.05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

   Kesimpulan : variable persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.
3. Nilai t_{hitung} pada variable persepsi risiko adalah sebesar – 2.562 bertanda negative dengan tingkat signifikansi sebesar 0.021. hal ini menunjukan bahwa t_{hitung} 2562 > t_{tabel} 1.660 dan 0.012 < 0.05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

   Kesimpulan : variable persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah.

4.9 Pembahasan Hasil Analisis Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang.

4.9.1 Pengaruh Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah

Hasil penelitian ini membuktikan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah

Bank BNI Syariah Semarang. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi manfaat akan meningkatkan minat menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah.

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukan bahwa nilai dari koefisien regresi untuk variable persepsi manfaat adalah sebesar 0.852 bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan persepsi manfaat satu satuan, maka variable minat menggunakan layanan TapCash iB Hasnaah Bank BNI Syariah Semarang akan naik sebesar 0.852 atau 85.2% dengan asumsi bahwa variable bebas yang lain dianggap tetap. Pada uji t menunjukan hasil uji uji parsial pada nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 9.261 > 1.660 dan signifikansinya 0.00 < 0.05, dengan demikian pernyataan hipotesis pertama (H_1) dapat diterima, yang berarti persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariiah Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan konstruk teori TAM. TAM secara lebih terperinci menjelaskan penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya teknologi informasi oleh pengguna (*user*) salah satunya adalah kemanfaatan/kegunaan (*usefulness*).

Seseorang akan berminat menggunakan jika system tersebut dirasa berguna. Persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap pengembangan kemauan awal untuk menggunakan TapCash iB Hasanah. Ini berarti bahwa ada pengaruh positif antara persepsi manfaat dengan minat menggunakan layanan. Manfaat menjadi faktor yang besar untuk menimbulkan minat, yang mana minat tersebut bisa muncul dari persepsi manfaat dalam menggunakan layanan TapCash iB Hasanah yang dapat meningkatkan kinerja seseorang.

Hasil peneltian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Annisa (2018) dan penelitian yang dilakukan Fadhli dan Fahrudin (2016) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan e-money. Banyak orang cenderung menggunakan sesuatu karena banyak manfaat yang dirasakan dan bisa diambil. Nasabah menggunakan e-money karena memiliki manfaat yang banyak. Manfaat yang didapat dari penggunaan kartu e-money adalah pembayaran atau transaksi lebih cepat, praktis dan efisien dibandingkan dengan uang kertas atau kartu debit yang harus menggunakan pin. Jika e-money memiliki manfaat yang dibutuhkan oleh nasabah maka semakin sering sering nasabah menggunakan e-money, dan mengetahui banyak manfaat yang dapat diperoleh maka nasabah akan semakin berminat mengunakan e-money sehingga menimbulakan persepsi bahwa system perbankan terbaru tersebut dapat bermanfaat dan bisa diterima oleh pengguna.

4.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah

Hasil penelitian ini membuktikan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi kemudahan akan meningkatkan minat menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah.

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukan bahwa nilai dari koefisien regresi untuk variable persepsi kemudahan adalah sebesar 0.435 bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan persepsi kemudahan satu satuan, maka variable minat menggunakan layanan TapCash iB Hasnaah Bank BNI Syariah Semarang akan naik sebesar 0.435 atau 43.5% dengan asumsi bahwa variable bebas yang lain dianggap tetap. Pada uji t menunjukan hasil uji parsial pada nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2.333 > 1.660 dan signifikansinya 0.022 < 0.05, dengan demikian pernyataan hipotesis pertama (H_1) dapat diterima, yang berarti persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariiah Semarang.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan konstruk teori TAM. TAM secara lebih terperinci juga menjelaskan penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi dengan mudah diterimanya teknologi informasi oleh pengguna (*user*) salah satunya adalah kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan menjadi faktor dengan efek paling penting terhadap penilaian/minat seseorang terhadap suatu objek.

Pengguna TapCash iB Hasanah akan merasa mudah jikadalam menggunakan layanan tersebut tidak menemui kesulitas ketika menggunakannya. Kemudahan penggunaan bukan hanya penilaian konsumen pada saat menggunakan layanan, namun juga aktifasi layanan TapCash iB Hasanah. Kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha, waktu, dan tenaga para nasabah untuk mempelajari seluk beluk dalam bertransaksi menggunakan TapCash iB Hasanah. Maka dari itu juka sebuah layanan, dalam hal ini TapCash iB Hasanah dapat dengan mudah digunakan oleh para nasabah, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andrean Septa Yogananda (2017) dan penelitian yang dilakukan oleh Rurie Wiedya Rahayu (2018) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan e-money dan Go Pay. Kemudahan aspek yang penting dalam mempengaruhi minat menggunakan suatu layanan. Hal ini dikarenakan semakin mudah suatu hal untuk digunakan maka minat dalam menggunakan hal itu akan semakin meningkat. Apabila konsumen merasa suatu produk itu sulit untuk digunakan maka nasabah kan cenderung tidak akan berminat untuk menggunakan produk tersebut.

4.9.3 Pengaruh Persepsi Risiko (X3) Terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah

Hasil penelitian ini membuktikan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang. Hal ini berarti bahwa semakin besar persepsi risiko akan mengurangi minat menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah.

Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukan bahwa nilai dari koefisien regresi untuk variable persepsi risiko adalah sebesar – 0.275 bertanda positif. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan persepsi risiko satu satuan, maka variable minat menggunakan layanan TapCash iB Hasnaah Bank BNI Syariah Semarang akan turun sebesar 0.275 atau 27.5% dengan asumsi bahwa variable bebas yang lain dianggap tetap. Pada uji t menunjukan hasil uji parsial pada nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu – 2.562 > 1.660 dan signifikansinya 0.012 < 0.05, dengan demikian pernyataan hipotesis pertama (H_1) dapat diterima, yang berarti persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariiah Semarang.

Risiko di definisikan sebagai perkiraan subjektif individu untuk mendapatkan konsekuensi kerugian dalam menerima suatuhasilyang diinginkannya. Adanya beberapa kelemahan yang dimiliki oleh TapCash iB Hasanah menjadi faktor prnghambat dalam minat menggunakan TapCash iB Hasanah serta efektifitas pengunaan TapCash iB Hasanah. Apabila nasabah merasa berisiko terhadap penggunaan suatu system, maka akan mengurangi minat untuk menggunakan produk tersebut.

Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian Diptha (2017) dan penelitian Annisa (2018) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan BCA Flazz dan e-money. Hal ini dikarenakan persepsi risiko mempunyai pengaruh tidak searah dengan minat suatu layanan, ha ini menunjukan semakin tinggi ketidak

pastian dan konsekuensi yang diterima oleh seseorang maka semakin rendah minat untuk menggunakan suatu layanan atau bahkan cenderung untuk menghindarinya. Namun bila semakin rendah timbulnya ketidakpastian dan konsekuensi risiko yang diterima oleh seseorang maka semakin tinggi minat untuk menggunakan layanan uang elektronik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitan yang telah dilakukan menegnai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah. Yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-}_{hit}$ sebesar 9.261, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 . Bersadasarkan hasil tersebut nilai $t\text{-}_{hit}$ lebih besar dari t_{tabel} (9.261 > 1.660), dan nilai signifikansi (0.000 < 0.05). Artinya variable persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mengunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah. Yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-}_{hit}$ sebesar 2.333, dan nilai signifikansi sebesar 0.022. Bersadasarkan hasil tersebut nilai $t\text{-}_{hit}$ lebih besar dari t_{tabel} (2.333 > 1.660), dan nilai signifikansi (0.022 < 0.05). Artinya variable persepsi manfaat berpengaruh positih dan signifikan terhadap minat mengunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang.
3. Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan TapCash iB Hasanah. Yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-}_{hit}$ sebesar – 2.562, dan nilai signifikansi sebesar 0.012 . Bersadasarkan hasil tersebut nilai $t\text{-}_{hit}$ lebih besar dari t_{tabel} (- 2.562 > 1.660), dan nilai signifikansi (0.012 < 0.05). Artinya variable persepsi manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat mengunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Bank BNI Syariah Semarang

   Bank BNI Syariah Semarang untuk dapat memperhatikan dan meningkatkan manfaat dan kemudahan produk TapCash iB Hasanah, agar manfaat dan kemudahan bisa membuat nasabah tertarik terhadap produk e-money Bank BNI Syariah khususnya masyarakat Kota Semarang. Sebaiknya Bank BNI Syariah memberikan manfaat seperti di berikannya berbagai diskon, meningkatkan fasilitas TapCash iB Hasanah, dan memperluas merchant yang bekerjasama dengan Bank BNI Syariah agar nasabah legih mudah dan leluasa dalam menggunakan TapCash iB Hasanah yang ditawarkan Bank BNI Syariah.

   Peningkatan minat juga bisa di lakukan dengan memperkecil risiko yang akan ditimbulkan TapCash iB Hasanah, Bank BNI Syariah bisa memberikan identitas dan kata sandi pada produk TapCash iB Hasanah, dan lebih meningkatkan keamanan agar tidak berpotensi gagal transaksi pada saat mennggunakan TapCash iB Hasanah. Hal ini agar e-money dari Bank BNI Syariah mampu bersaing dengan e-money yang ditawarkan Bank atau pihak lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya dapat menggunakan atau menambah variable independen lain yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan, seperti kepercayaan, daya Tarik iklan, dan fitur layanan.

   Penelitian selanjutnya juga bisa menambah jumlah sampel atau bisa meneliti produk layanan lainnya.

5.3 Penutup

Alhamdulillah puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada pnulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancer. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat nabi. Penulis menyadari bahwa dalam penyajian skripsi ini banyak kekurangan. Baik dalam cara penulisan, Bahasa, dan analisis data serta pembahasan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran.

Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penelitian ini, yang tidak dapat penulias sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memblas dengan kebaikan dan risky yang berlimpah.

Demikian skripsi ini penulis sajikan dengan berbagai kekuranagn, semoga dapat membrikan manfaat bagi pihak Bank BNI Syariah Semarang, pembaca, serta bagi penulis sendiri

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Ifham Sholihin. Buku Pintar Ekonomi Syariah, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Annisa Haibah. A. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Persepsi Penggunaan Elektronic Money (Studi Kasus pada Warga Pengguna E-Money di Kabupaten Sleman)" Skripsi Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.

Bakri,A.J. Konsep Maqasid Syariah menurut Al-Syatibi, Jakarta:Raja Grafindo Persada, 1996.

Bank For International Settelments, Implications for Central Bank of The Development of Electronic Money, Based: BIS, 1996, h.1.

Bank Indonesia. Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 11/11/DASP tentang uang elektronik. Jakarta:Indonesia, 2009.

Bank Indonesia. Penjelasan atas peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektonik, Jakarta, Indonesia:Bank Indonesia, 2009.

Burhan Bungin. Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta ilmu-ilmu Sosial Lainnya, edisi kedua, Jakarta:Kencana, 2017.

Daftar Penerbit Uang Elektronik. https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/pages/default.aspx di akses pada 28 juli 2019

Daftar Penerbit Uang Elektronik", https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/pages/default.aspx di akses pada 3 Agustus 2019

Dewan Redaksi Ensiklopedia Hukum Islam,1997:1610-1612 Jaih Mubarak, Hasanudin, Fikih Mu'amalah Maliyah Akad Ijarah dan Ju'alah, Bandung:Simbosa Rekatama Media, 2017.

Dwi Marchelina, Raisa Pratiwi. Jurnal Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan E-Money, 2014.

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No:116/DSN-MUI/IX/2017, tentang Uang Elektronik (https://dsnmui.or.id)

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No:116/DSN-MUI/IX/2017, tentang Uang Elektronik, (https://dsnmui.or.id)

Fatwwa Dewan Syariah Nasiona-Majelis Ulama Indonesial No. 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang al– Qardh. (https://dsnmui.or.id)

Firdaus Furywardhana. Akuntansi Syariah di Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta:Guepedia.

Fitri Sholikha. "Pengaruh Persepsi /manfaat, Daya Tarik Iklan, dan Sikap Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Money BSM (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)" Skripsi Program Gelar Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negri Surakarta, 2018.

Hidayanti, dkk. Operasional E-Money, Jakarta:Indonesia ,2006.

https://m.gomuslim.co.id/read/regulasi-direktoei/2018/01/21/6779/ini-fatwa-mui-tentang-uang -elektronik-syariah.html di akses pada 23 september 2019

Husein Umar. Desain Penelirian Akuntansi Keperilakuan, Jakarta:Raja Grafindo, 2008.

jumlah uang elektronik beredar. https://www.bi.go.id//id di akses pada 28 juli 2019

MiekeSuharini. "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking" Bisnis & Birokrasi Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Jurnal Vol 15 (3), 2018.

Muhammad Syafi'I .A, Bank Syariah Dari Teori ke Pratik, Jakarta:Gema Insani Press, 2001.

Muhammad. Manajemen Dana Bank Syariah, Jakarta:Rajawali Pers, 2014.

Nassarudin Umar, Fathurrrahman Djamil. PERBANKAN SYARIAH Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya, Jakarta:,Prenadamedia Group, 2014.

Ni Made Ari Puspita Dewi, I Gde Kt. Warmika. Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.4, 2016.

Nur Rani Faradillah. Jurnal Persepsi Risiko (Perceived Risk) Konsumen Dalam Perilaku Belanja Daring Busana Muslim di Kalangan Mahasiswi Berhijab Trendi di Kota Malang Ditinjau Dari Tipe Kepribadian DISC , Malang, 2017.

Popy Rufaidah. Manajemen Strategik, Jurnal Universitas Padjadjaran:Humaniora, 2012. Choiril Anam. *E-Money* (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah*"*, Jurnal Qawanin Vol. 2 No.1, 2018.

Priambodo Singgih dan Bulan Prabawi. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang), Jurnal Ilmiah, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, 2018.

Rafni Fajriati, Op. cit. www.academia.edu diakses pada 27 September 2019

Rivai, V, Veithzal, A. P., & Idroes, F. N. Bank Financial institution management, Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2001.

Roni Adespa. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah, Jurnal Vol 2, No 1, Januari-Juni 2017.

Serfianto, dkk, Untung denagn Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit, & Uang Elekttonik Jakarta:Transmedia Pustaka, 2012

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung:Alfabeta, 2016.

Sutan Remy Sjahdiyni. Perbankan Islam dan Kedudukan dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia, Jakarta:Pustaka Utama Grafiti, 1999.

Transaksi Uang Elektronik. https://keuangan.kontan.co.id di akses pada 28 juli 2019

Wilda Permana. Layanan Perpustakaan via Mobile Data, Malang:Universitas Brawijaya Press, 2012.

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

Perihal : Permohonan Pengisian Kuisioner

Yth. Bapak/Ibu/Saudara Responden

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan segala kerendahan hati, dalam rangka menyeleseikan studi di Universitas Islam Negri Waisongo Semarang, saya :

Nama :Rismiya Carin Sadewi

NIM :1505036029

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi :S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : "**Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang"**

Memberitahukan bahwa saat ini saya sedang mengadakan penelitian dan demi tercapainya penelitian ini, maka saya berharap Bapak/Ibu/Saudara dapat meluangkan waktu sedikit untuk dapat mengisi kuisioner ini. Data yang diisi oleh Bapak/Ibu/Saudara dalam kuisioner ini hanya bertuuan untuk kepentingan akademik dan bersifat rahasia sehingga dijamin kerahasiannnya dan tidak akan dilaporkan kepihak manapun. Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Rismiya Carin Sadewi

Nim 1505036029

IDENTITAS RESPONDEN

Untuk kelengkapan data penelitian, kami mohon Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi data dibawah ini dengan cara diberi tanda silang (X).

1. Nama Responden :……..
2. Jenis Kelamin : a. Pria b.Wanita
3. Usia : a. Kurang dari 20 tahun
   b. 21 tahun – 30 tahun
   c. 31 tahun – 40 tahun
   d. 41 tahun – 50 tahun
   e. lebih dari 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir : a.SMA
   b. Diploma (D1/D2/D3)
   c. S1
   d. S2
   e. S3
5. Pekerjan : a. PNS
   b. Dosen
   c. Dokter
   d. Pengacara
   e Wiraswasta
   f. Pegawai Swasta
   g. Mahasiswa
   h. Tidak Bekerja
   i. Lainnya …… (sebutkan)

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda silang (X) pada klom penilaian yang sesuai dengan pilihan Anda.

TapCash iB Hasanah adalah produk uang elektronik (e-money) yang ada di Bank BNI Syariah

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

RR = Ragu – Ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Persepsi Manfaat (X_1)

No	Pernyataan	Pilihan				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Bertransaksi dengan menggunakan TapCash iB Hasanah lebih menghemat waktu					
2.	Penggunaan TapCash iB Hasanah memberi manfaat berupa ketelitian dalam bertransaksi					
3.	Pembayaran dengan TapCash iB Hasanah memberi manfaat dengan berbagai diskon					
4.	Penggunaan TapCash iB Hasanah memberi manfaat berupa rasa aman dalam bertransaksi					

Persepsi Kemudahan (X_2)

No	Pernyataan	Pilihan				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Penggunaan TapCash iB Hasanah mudah untuk dipahami.					
2.	TapCash iB Hasanah sangat mudah untuk digunakan.					
3.	TapCash iB Hasanah lebih praktis dan fleksibel untuk dibawa dibandingkan uang tunai					
4.	TapCash iB Hasanah dapat dengan mudah dibeli di berbagai merchants (pedagang) yang bekerja sama dengan Bank BNI Syariah Semarang					
5.	Pengisian ulang saldo TapCash iB Hasanah mudah dilakukan via digital internet banking atau melalui merchants (pedagang) yang bekerja sama dengan pihak Bank BNI Syariah Semarang					

Persepsi Risiko (X_3)

No	Pernyataan	Pilihan				
		STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya merasa khawatir saldo yang ada pada TapCash iB Hasanah akan berkurang tanpa transaksi yang dilakukan					
2.	Saya merasa khawatir menggunakan					

	TapCash iB Hasanah karena berpotensi gagal melakukan transaksi					
3.	Saya merasa khawatir karena TapCash iB Hasanah tidak mencantumkan identitas diri dan kata sandi					

Minat Menggunakan Layanan (Y)

No	**Pernyataan**	**Pilihan**				
		STS	**TS**	**RR**	**S**	**SS**
1.	Saya sangat tertarik dengan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNI Syariah Semarang					
2.	Saya ingin menggunakan layanan TapCash iB Hasanah Bank BNISyariah Semarang					
3.	Saya akan menggunakan TapCash iB Hasanah saat merchant atau usaha yang bekerjasama dengan Bank BNI Syariah di perluas					
4.	Saya akan menggunakan TapCash iB Hasanah saat fasilitas yang diberikan oleh Bank BNI Syariah Semarang ditingkatkan					
5.	Kebutuhan masyarakat terhadap alat pembayaran yang efektif dan efisien di peroleh dari TapCash iB Hasanah					
6.	TapCash iB Hasanah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sistem pembayaran					

No	Persepsi Manfaat				Total x1	persepsi kemudahan					Total x2
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	
1	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	21
2	4	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20
3	5	5	4	4	18	4	4	4	4	3	19
4	4	5	4	5	18	5	5	5	4	4	23
5	4	5	4	4	17	4	5	5	3	3	20
6	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	20
7	1	4	2	3	10	4	4	4	4	4	20
8	4	3	3	2	12	5	4	4	4	4	21
9	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	21
10	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
11	4	1	2	2	9	4	4	4	4	4	20
12	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	21
13	5	4	5	5	19	4	4	4	3	3	18
14	3	3	3	3	12	4	4	4	3	3	18
15	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
16	4	4	2	1	11	5	5	4	4	3	21
17	4	4	5	4	17	3	4	5	3	4	19
18	4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	20
19	4	5	4	5	18	5	4	4	3	4	20
20	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20
21	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
22	3	2	3	4	12	5	4	4	5	5	23
23	5	5	5	5	20	4	4	5	4	4	21
24	2	4	4	4	14	5	5	4	4	4	22
25	4	2	2	2	10	4	4	5	4	5	22
26	4	4	1	1	10	4	4	5	4	5	22
27	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	23
29	2	4	2	2	10	4	4	5	4	4	21
30	5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21
31	5	3	3	3	14	4	5	5	5	5	24
32	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
33	5	4	3	3	15	5	4	4	4	4	21
34	4	3	3	4	14	4	4	4	4	3	19
35	4	4	3	3	14	5	5	5	5	5	25
36	4	1	1	1	7	4	4	5	5	5	23

37	4	2	2	2	10	5	5	5	5	5	25
38	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	3	15	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	20	5	4	4	4	3	20
41	4	4	1	2	11	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
43	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20
44	4	3	3	3	13	5	5	5	4	4	23
45	4	4	4	4	16	5	4	4	4	3	20
46	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
47	5	2	2	2	11	4	5	4	3	3	19
48	1	4	1	2	8	5	4	4	3	3	19
49	4	1	1	2	8	4	4	4	3	3	18
50	5	4	5	5	19	4	5	5	4	4	22
51	4	4	5	5	18	4	4	4	3	3	18
52	3	3	1	2	9	4	4	4	4	5	21
53	3	3	3	4	13	5	4	5	4	3	21
54	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24
55	5	4	4	4	17	4	4	4	3	3	18
56	4	1	1	1	7	4	5	4	5	5	23
57	3	3	3	3	12	4	5	4	3	3	19
58	4	5	4	5	18	4	4	4	4	4	20
59	1	3	3	1	8	5	5	4	3	4	21
60	5	2	2	2	11	4	4	4	3	3	18
61	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21
62	5	5	5	3	18	4	4	4	4	4	20
63	4	4	3	3	14	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21
65	5	3	3	5	16	4	4	4	3	3	18
66	1	2	3	1	7	4	5	5	3	3	20
67	5	4	3	3	15	4	4	4	3	4	19
68	2	2	2	3	9	4	4	4	4	4	20
69	4	2	2	1	9	5	4	4	4	4	21
70	5	4	3	3	15	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	3	15	5	5	5	4	4	23
72	4	4	2	3	13	4	4	4	4	4	20
73	4	1	2	2	9	4	4	5	4	4	21
74	3	4	4	4	15	4	5	4	4	4	21

75	4	4	4	4	16	5	4	4	3	3	19
76	4	1	2	2	9	5	5	5	5	5	25
77	4	4	3	3	14	4	4	5	4	4	21
78	4	3	2	2	11	4	5	4	4	4	21
79	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
80	1	2	1	3	7	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
82	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20
83	1	2	1	3	7	4	4	4	4	4	20
84	1	2	2	2	7	4	4	4	4	4	20
85	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22
87	4	2	4	1	11	4	4	4	4	4	20
88	4	4	1	4	13	5	5	4	3	4	21
89	2	2	2	2	8	4	4	4	4	4	20
90	3	4	4	4	15	5	5	5	5	5	25
91	3	3	3	3	12	4	4	4	3	3	18
92	1	1	5	5	12	5	4	4	4	4	21
93	4	1	1	2	8	4	4	4	3	3	18
94	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	25
95	2	2	4	3	11	4	4	5	3	4	20
96	5	5	2	3	15	5	4	5	5	5	24
97	2	2	2	4	10	4	4	5	4	4	21
98	1	1	1	5	8	4	4	4	3	3	18
99	5	3	3	3	14	5	4	4	4	4	21
100	2	2	2	2	8	5	5	5	4	5	24

persepsi risiko				minat						
x3.1	x3.2	x3.3	Total X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total Y
2	2	5	9	4	4	5	2	3	2	20
2	2	2	6	4	4	4	5	5	5	27
2	3	4	9	4	3	5	5	4	4	25
2	2	2	6	4	4	4	5	4	5	26
4	5	5	14	4	1	4	5	4	4	22
4	4	4	12	4	2	3	3	4	4	20
1	1	2	4	3	3	1	4	2	3	16
1	2	4	7	3	3	2	4	4	4	20
1	1	1	3	4	4	5	5	5	5	28
3	4	4	11	5	5	4	3	3	3	23
1	1	3	5	4	2	4	1	2	2	15
1	1	2	4	4	5	5	5	5	5	29
1	1	3	5	5	5	5	4	5	5	29
2	2	4	8	5	3	3	3	3	3	20
1	1	3	5	4	3	4	4	5	4	24
1	1	4	6	2	4	4	4	1	1	16
4	2	2	8	4	3	4	4	4	5	24
3	3	3	9	5	5	4	4	3	3	24
2	2	5	9	4	3	4	5	4	5	25
1	2	5	8	4	1	5	4	5	5	24
2	5	5	12	5	4	5	4	2	4	24
1	2	4	7	5	4	3	3	2	4	21
3	3	3	9	3	3	5	5	5	5	26
2	2	2	6	4	4	4	4	2	4	22
1	2	5	8	2	2	2	4	4	4	18
1	1	1	3	4	4	4	4	1	1	18
2	2	4	8	4	4	4	3	3	3	21
5	5	2	12	4	5	4	4	4	4	25
3	1	1	5	2	4	3	4	3	3	19
4	1	1	6	5	4	5	4	4	4	26
2	2	2	6	4	5	2	4	2	2	19
3	1	5	9	5	5	5	5	5	5	30
5	2	1	8	2	4	5	4	3	3	21
5	2	2	9	4	2	4	3	3	4	20
1	1	1	3	3	3	4	4	4	4	22
3	1	5	9	4	3	4	1	1	1	14

1	1	1	3	4	4	4	2	2	2	18
5	2	2	9	4	3	3	3	3	2	18
1	1	1	3	5	4	4	4	4	3	24
2	3	3	8	5	3	5	5	5	5	28
1	1	4	6	4	4	4	4	1	2	19
5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	24
1	1	1	3	4	4	4	4	5	4	25
1	4	2	7	4	3	4	3	3	3	20
2	4	1	7	4	4	4	4	4	4	24
2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	30
1	4	1	6	5	2	5	2	2	2	18
1	1	2	4	1	4	1	4	1	2	13
2	4	2	8	4	1	4	1	1	2	13
4	2	2	8	5	4	5	4	5	5	28
1	2	4	7	4	4	4	5	5	4	26
3	2	3	8	3	3	3	3	1	2	15
2	5	2	9	3	3	3	3	3	4	19
4	4	2	10	4	5	4	5	5	5	28
1	1	3	5	5	4	5	4	4	5	27
2	5	5	12	4	1	4	1	1	4	15
3	1	1	5	3	3	3	3	3	1	16
2	1	1	4	4	5	4	5	4	3	25
3	5	4	12	1	3	1	3	3	5	16
2	2	2	6	5	2	5	2	2	1	17
2	3	2	7	4	4	4	4	4	2	22
2	2	5	9	5	5	5	5	5	4	29
2	4	1	7	3	3	4	4	4	4	22
2	2	2	6	4	4	4	4	3	4	23
1	1	1	3	3	5	3	5	3	4	23
5	5	5	15	2	1	2	1	3	5	14
3	3	2	8	5	5	5	4	3	1	23
2	2	4	8	3	2	2	2	2	2	13
2	2	2	6	2	4	2	4	3	2	17
5	5	5	15	5	4	5	4	3	1	22
5	5	5	15	4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	15	4	4	4	4	2	3	21
5	5	5	15	4	1	4	2	1	3	15
2	2	2	6	3	4	3	4	4	2	20

5	5	5	15	4	1	4	1	2	4	16
1	4	2	7	4	4	4	4	3	2	21
5	5	5	15	4	2	4	2	1	3	16
1	1	5	7	4	3	4	3	3	4	21
5	5	5	15	1	2	1	2	1	3	10
1	1	1	3	4	5	4	5	5	3	26
2	2	2	6	5	5	5	5	5	5	30
2	2	5	9	1	2	1	2	1	4	11
4	2	3	9	2	2	3	1	2	1	11
1	2	5	8	5	5	5	2	5	5	27
4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	12	4	5	4	2	4	2	21
2	2	2	6	4	4	4	4	1	1	18
1	1	1	3	4	2	2	2	2	2	14
3	3	3	9	3	4	3	4	4	2	20
1	2	3	6	3	3	3	3	3	4	19
5	4	4	13	1	1	1	1	5	3	12
4	4	4	12	4	1	4	1	1	5	16
3	2	4	9	3	3	3	3	3	2	17
2	2	2	6	4	4	4	4	4	3	23
2	5	5	12	2	2	2	2	4	4	16
1	1	1	3	5	5	5	5	5	3	28
2	2	3	7	4	4	4	4	4	3	23
3	2	3	8	1	1	1	1	1	4	9
1	1	3	5	5	3	3	3	3	5	22
4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	23

Hasul Uji Statistik Deskrptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	100	7	20	13.63	3.951
Persepsi Kemudahan	100	18	25	20.92	1.968
Persepsi Risiko	100	3	15	8.01	3.419
Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah	100	9	30	20.96	5.069
Valid N (listwise)	100				

Uji Validitas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.455**	.419**	.290**	.670**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.455**	1	.640**	.581**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.419**	.640**	1	.726**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.290**	.581**	.726**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.670**	.836**	.876**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.367**	.164	.284**	.212*	.542**
	Sig. (2-tailed)		.000	.104	.004	.034	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.367**	1	.479**	.273**	.302**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.164	.479**	1	.401**	.485**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.104	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.284**	.273**	.401**	1	.801**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.004	.006	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.212*	.302**	.485**	.801**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.034	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.542**	.628**	.685**	.829**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_3
X3.1	Pearson Correlation	1	.597**	.307**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.597**	1	.446**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.307**	.446**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_3	Pearson Correlation	.791**	.856**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

UjiValiditas Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.384**	.762**	.282**	.285**	.129	.654**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.004	.201	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.384**	1	.384**	.664**	.413**	.018	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.856	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.762**	.384**	1	.373**	.378**	.165	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.101	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.282**	.664**	.373**	1	.600**	.311**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.285**	.413**	.378**	.600**	1	.547**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.129	.018	.165	.311**	.547**	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.201	.856	.101	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.654**	.685**	.711**	.784**	.793**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	5

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	3

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.55596834
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.919
Asymp. Sig. (2-tailed)		.367

a. Test distribution is Normal.

Uji Multikolinieritas

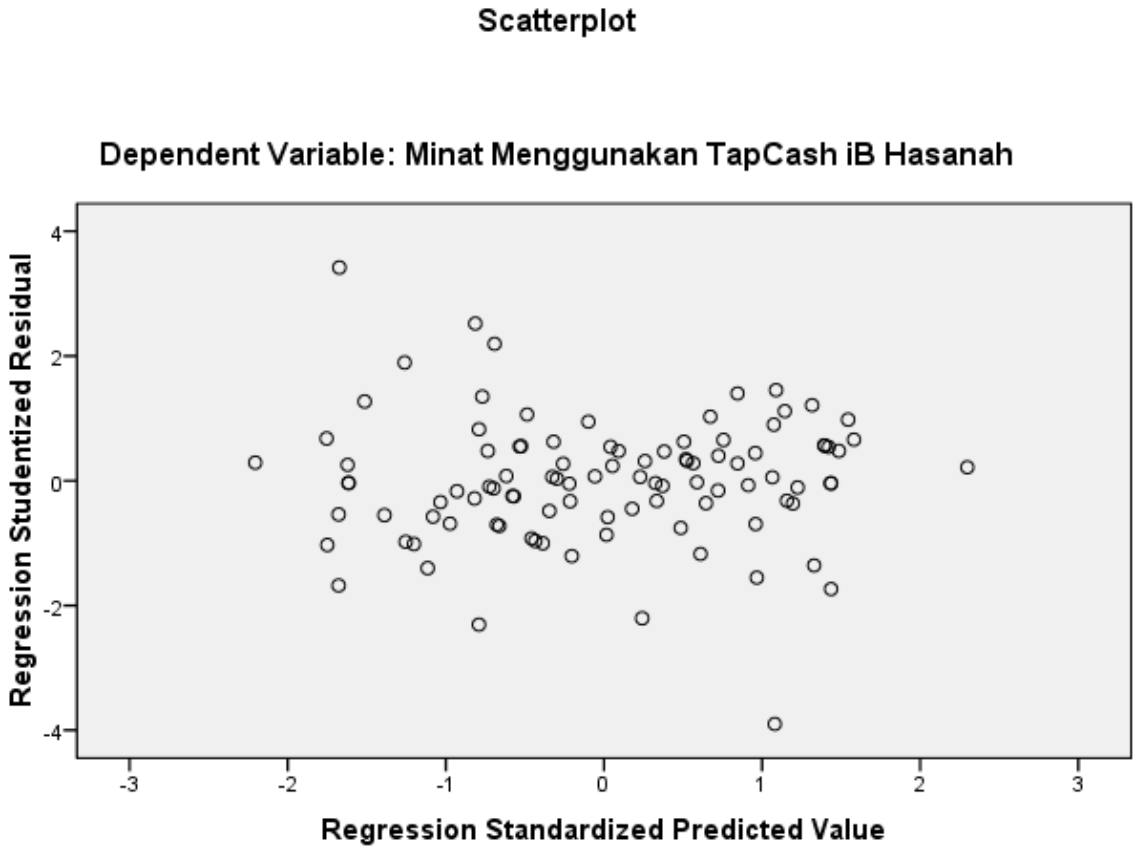
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.455	4.362		.563	.575		
	Persepsi Manfaat	.852	.092	.664	9.261	.000	.997	1.003
	Persepsi Kemudahan	.435	.186	.169	2.333	.022	.980	1.020
	Persepsi Risiko	-.275	.107	-.185	-2.562	.012	.982	1.019

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Uji Haterokedastisitas

Scatter Plot



Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.888	3.017		1.289	.201
	Persepsi Manfaat	-.048	.064	-.077	-.758	.450
	Persepsi Kemudahan	-.047	.129	-.037	-.365	.716
	Persepsi Risiko	.037	.074	.051	.500	.618

a. Dependent Variable: Abs_Res

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.455	4.362		.563	.575
	Persepsi Manfaat	.852	.092	.664	9.261	.000
	Persepsi Kemudahan	.435	.186	.169	2.333	.022
	Persepsi Risiko	-.275	.107	-.185	-2.562	.012

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713[a]	.508	.493	3.611

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1291.994	3	430.665	33.026	.000[a]
	Residual	1251.846	96	13.040		
	Total	2543.840	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.455	4.362		.563	.575
	Persepsi Manfaat	.852	.092	.664	9.261	.000
	Persepsi Kemudahan	.435	.186	.169	2.333	.022
	Persepsi Risiko	-.275	.107	-.185	-2.562	.012

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan TapCash iB Hasanah

Gambar Wawancara

Gambar Penelitian Penyebaran Kuisioner

DINAS KESEHATAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Rismiya Carin Sadewi
NIM	: 1505036029
Tmp, Tgl Lahir	: Semarang, 22 Juni 1997
Alamat	:Jl. Kauman Mijen Rt 03/ Rw 05, Kel. Ngadirgo Kec.Mijen Semarang
Agama	:Islam
Prodi/Fakultas	: Perbankan Syariah/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. Hp	:0895602227881
E – mail	:rismiyacarins@gmail.com
Riwayat Pendidikan	: SDN Ngadirgo 1
	SMP Muhammadiyah 08 Semarang
	SMK Palapa Semarang