

**PENGARUH FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN RISIKO TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM
MENGUNAKAN PRODUK BRIS *ONLINE***

(Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

MUSLICHAH

1605036047

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

SEMARANG

2020

Dr. Ratno Agrivanto, S.Pd., M.Si

NIP. 198001282008011010

Nurudin, SE., MM.

NIP. 199005232015031004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Muslichah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama : Muslichah

NIM : 1605036047

Judul : Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk BRIS ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing I,



Dr. Ratno Agrivanto, S.Pd., M.Si

NIP. 198001282008011010

Pembimbing II,



Nurudin, SE., MM.

NIP. 199005232015031004



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

Jl. Prof. Dr. Hamka kampus III Ngaliyan Telp./Fax (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Muslichah
NIM : 1605036047
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk BRIS Online (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 8 Juli 2020.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 8 Juli 2020

Ketua Sidang

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 19690120 199403 1 004



Sekretaris Sidang

Dr. Ratno Agrivanto, CA., CPA.
NIP. 19800128 200801 1 010

Penguji I

Arif Efendi, S.E., M.Sc.
NIP. 19850526 201503 1 002

Penguji II

Prof. Dr. H. Mujiono, M.A.
NIP. 19590215 198503 1 005

Pembimbing I

Dr. Ratno Agrivanto, CA., CPA.
NIP. 19800128 200801 1 010

Pembimbing II

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 19900523 201503 1 004

MOTTO

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَن تَكْرَهُوا شَيْئًا
وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَن تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ
وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٢١٦﴾

"Dan boleh jadi kamu membenci sesuatu tetapi ia baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu tetapi ia buruk bagimu, dan Allah mengetahui dan kamu tidak mengetahui" (Q.S. Al-Baqarah :216)

***** Be Brave.. Be Better.. Be Different *****

PERSEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada orang-orang terkasih yang sudah memberikan warna dalam hidupku:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Chamdan dan Ibu Prihati yang Saya cintai dan sayangi sepenuh jiwa dan raga, yang selalu memberikan kasih sayang, serta doa dan dukungan riil maupun materiil kepada penulis.
2. Kakak-kakak penulis yaitu Fakhihudin dan Nur Fatoni, yang saya sayangi dan banggakan, semoga kita menjadi anak yang sholeh dan sholehah dan berbakti kepada orang tua, dan menjadi kebanggaan orang tua. Serta kakak ipar Nunik Meyliza dan keponakan penulis Yasmin dan Abrizam yang saya sayangi
3. Keluarga Besar penulis nenek Sumirah, Istiyannah dan Putri serta Keluarga Besar Buyut Paini.
4. Sahabat-sahabatku Calon Istri Sholehah (Sri Kuntari, Isna Asyaro, Risma Dewi Astuti, Hilma Rofiqotul Husna, Erta Aprilliani), Keluarga besar PBAS B16 serta teman-teman seperjuangan yang telah setia melangkah bersama dalam suka maupun duka.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Muslichah
2. NIM : 1605036047
3. Tempat / Tanggal Lahir : Kendal, 17 Mei 1997
4. Alamat : Slamet RT 03 / RW 08, Desa Meteseh, Kec. Boja,
Kab.Kendal

Menyatakan dengan kebenaran dan penuh tanggung jawab, skripsi dengan judul “ Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk BRIS Online (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)” merupakan karya asli penulis yang belum pernah diterbitkan, kecuali kutipan dan informasi yang terdapat dalam referensi dengan menyebutkan sumber referensi. Jika pada skripsi ini didapati kekeliruan dan kesalahan, penulis bertanggung jawab sepenuhnya.

Semarang, 30 Juni 2020



Muslichah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking* BRIS Online. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert yang diisi oleh responden dengan sampel sebanyak 97 orang. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik serta uji regresi linier berganda. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online.

Kata kunci : fitur layanan, kemudahan penggunaan, risiko, minat, dan mobile banking.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabat, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamin.

Terimakasih atas dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Layanan BRIS Online**” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan karya ilmiah dalam bentuk skripsi merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) Program Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, ucapan dan ungkapan penulis ditujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufik, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr.H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M,Si selaku Kajur S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Muyassarah, M,Si selaku Sekjur S1 Perbankan Syariah
5. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M.Si., Akt. Selaku dosen pembimbing I dan Bapak Nurudin, S.E., M.M selaku pembimbing II dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

7. Kedua orang tuaku Bapak Chamdan dan Ibu Prihati atas doa, dukungan moril dan materiil, motivasi serta kasih sayang yang tak terhingga, serta kedua kakak tersayang Fakhihudin dan Nur Fatoni yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
8. Keluarga besar yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku Calon Istri Sholehah, Keluarga besar PBAS B16 serta teman-teman seperjuangan yang telah setia melangkah bersama dalam suka maupun duka.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis percaya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Semarang, 17 Juni 2010

Penulis

Muslichah

NIM. 1605036047

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
DEKLARASI	v
MOTTO	vi
DEKLARASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Mobile Banking	9
2.1.2 Fitur Layanan.....	15
2.1.3 Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planed Behavior (TPB). 16	
2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>perceived ease of use</i>).....	19
2.1.5 Risiko.....	21
2.1.6 Minat.....	23
2.1.7 BRIS Online	26
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	34
2.4 Hipotesa Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Sumber Data	38
3.1.1 Jenis Penelitian	38

3.1.2	Sumber Data	38
3.2	Populasi dan Sampel	39
3.3	Metode Pengumpulan Data	40
3.4	Variabel Penelitian	41
3.5	Metode Analisis Data	44
3.5.1	Pengujian Validitas.....	44
3.5.2	Pengujian Reliabilitas	44
3.5.3	Uji Normalitas	45
3.5.4	Uji Multikolinearitas	45
3.5.5	Uji Heteroskedastisitas	45
3.5.6	Analisis Regresi Berganda.....	46
3.5.7	Uji Parsial (Uji t)	47
3.5.8	Uji Simultan (Uji f)	48
3.5.9	Koefisien Determinasi (R^2)	48
BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN		49
4.2.1	Karakteristik Responden	50
4.2.2	Uji Validitas	52
4.2.3	Uji Reabilitas.....	54
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	55
4.2.5	Uji Normalitas	55
4.2.6	Uji Multikolinieritas	57
4.2.7	Uji Heteroskedastisitas	58
4.2.8	Pengujian Hipotesis.....	60
4.2.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.2.10	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	62
4.2.11	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	64
4.2.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.2.13	Pembahasan Hasil Statistik	66
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin canggih dan diminati oleh masyarakat luas. Teknologi dengan menggunakan media perangkat seluler serta internet, semakin canggih fitur-fiturnya telah ditawarkan oleh para pembuat media komunikasi tersebut. Pemanfaatan teknologi informasi ini menjadi suatu kebutuhan untuk mendukung perkembangan bisnis di sektor perbankan.¹

Sebagai salah satu media modern teknologi informasi, internet mengalami pertumbuhan yang cepat. Secara khusus, di bidang ekonomi dengan internet, dapat memfasilitasi penyebaran informasi dengan cepat, luas dan akurat. Perkembangan teknologi internet, sekarang menyediakan banyak kesempatan untuk membuat aplikasi bisnis di Internet. Salah satu industri yang menggunakan kemungkinan ini adalah sektor perbankan. Dalam dunia perbankan, kemajuan sistem teknologi informasi untuk mendorong bank untuk mengikuti pasang berubah. Bank untuk mengembangkan layanan - layanan dalam berbagai cara dan Inovasi, seperti slogan layanan yang aman dan terpercaya, tetapi juga dapat memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satu layanan yang dimiliki dan dikembangkan oleh perbankan yaitu *m-banking*. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ke counter ATM kecuali untuk penarikan uang *cash*. Keunggulan *Mobile Banking* yaitu nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja tanpa batasan waktu.

Layanan kepada konsumen merupakan faktor utama didalam menjaga loyalitas pelanggan. Dan salah satu layanan konsumen adalah fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara online atau

¹ Syamsul Hadi, N Novi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM,5(1), 2015, hlm-55

tidak. Saat ini telah banyak bank yang menyediakan akses *Mobile Banking* untuk memudahkan dalam hal mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan perbaikan dari layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam melaksanakan setiap transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. Hal tersebut cenderung akan berdampak merugikan bagi para nasabah jika waktu dan peluang bisnis mereka tersitahanya untuk bertransaksi di bank. Upaya-upaya dalam meningkatkan kepercayaan disini merupakan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat pada *m-banking*. Agar konsumen merasa puas dengan fitur layanan maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan para konsumen/pengguna. Fitur layanan adalah persepsi nasabah terhadap layanan yang disediakan *m-banking*. Layanan pada *Mobile Banking* meliputi transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo dan pembayaran tagihan yang dilakukan melalui telepon seluler.² Persepsi kemudahan penggunaan merupakan gagasan individu bahwa penggunaan teknologi tidak akan mengeluarkan lebih banyak usaha untuk mengatakan bahwa penggunaan teknologi tidak sulit pekerjaannya.³ Setiap teknologi diciptakan untuk memfasilitasi aktivitas setiap individu, semakin teknologi ini mudah, maka semakin banyak orang yang tertarik untuk menggunakannya.

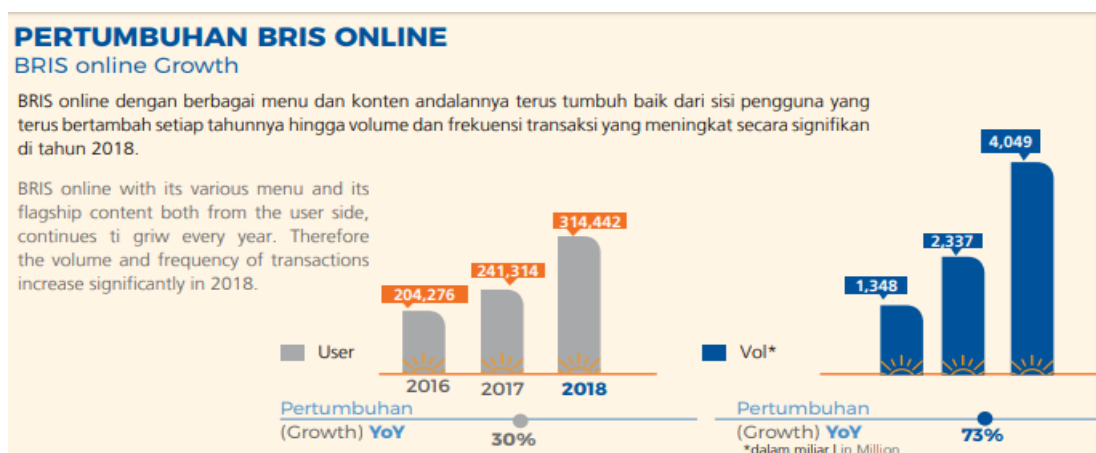
PT Bank BRI Syariah sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa perbankan juga menyediakan fasilitas layanan *Mobile Banking* bagi para nasabahnya. Latar belakang adanya *Mobile Banking* pada PT Bank BRI Syariah adalah karena PT Bank BRI Syariah ingin memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, layanan *Mobile Banking* juga merupakan strategi bisnis untuk meningkatkan kualitas aset dan profitabilitas di tengah era digital.

² Ikbar Wibiadila, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kualitas Layanan Terhadap MinatNasabahDalam Menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo*, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016). Hlm. 17

³ Fred D Davis *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptence of Information Technology*, MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5, 1989, Hlm. 319

BRIS Online merupakan salah satu produk *digital banking* dari bank BRI Syariah, fitur-fitur layanan yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi antara lain cek saldo, cek mutasi transaksi, transfer antar rekening BRI, transfer real time ke 83 bank, membayar tagihan, *top-up* saldo dll, keunggulan BRIS Online dibandingkan dengan aplikasi konvensional yaitu terdapat fitur layanan non perbankan seperti informasi jadwal shalat, pencarian masjid terdekat, arah kiblat, juz ammah, dan konten Islami lainnya.

Tabel 1.1
Pertumbuhan BRIS Online



(sumber: www.brisyariah.co.id Laporan Tahunan 2018)

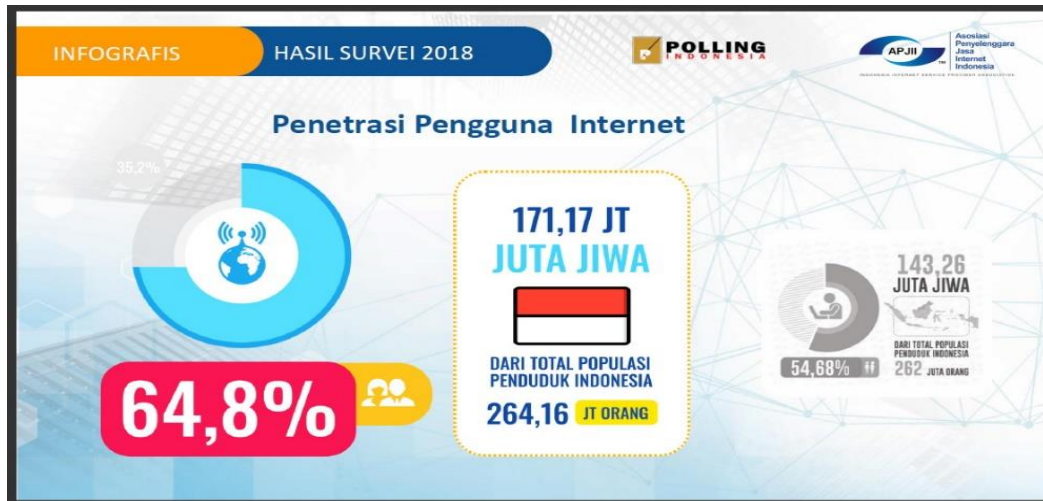
PT Bank Rakyat Indonesia Syariah mencatatkan jumlah pengguna BRIS ONLINE 314.442 pada tahun 2018. Angka ini tumbuh 30% secara tahunan (*year on year/yoY*) dari 241.314 pada tahun 2017 dan nilai volumenya mencapai 4,049 miliar atau meningkat 73% *yoY*.

Pada tahun 2019, jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) yang berhasil dihimpun BRISyariah mencapai Rp34,12 triliun. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 18,23% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar Rp28,86 triliun. Komposisi dana murah atau Current Account Saving Account (CASA) mengalami peningkatan. Pencapaian CASA tahun 2019 sebesar Rp15,09 triliun atau meningkat 53,54% dari Rp9,83 triliun di tahun 2018.

Jumlah rekening DPK tahun 2019 mencapai 3,32 juta rekening, tumbuh 16,58% dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 2,85 juta rekening. Rekening DPK didominasi rekening Tabungan yang meningkat di tahun 2019

sebesar 16,72% atau menjadi sebanyak 3,27 juta rekening dari 2,80 juta rekening di 2018.

Tabel 1.2
Diagram Penggunaan Internet



(sumber APJII 2018)

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 mencatat, jumlah pengguna internet mencapai 171,2 juta orang atau 64,8 persen total populasi penduduk Indonesia pada tahun itu yang berada pada angka 264,16 juta jiwa. Angka pengguna internet itu naik dari tahun sebelumnya yakni 143,26 juta pengguna. Hanya dalam tempo satu tahun saja, jumlah pengguna internet bertambah sebanyak 27,91 juta.

Risiko ketidakpastian yang dirasakan oleh pengguna menyebabkan bahaya kepada pengguna. Risiko pertama yang ditakutkan pengguna adalah risiko kejahatan *cyber* (*cyber risk*).⁴ *Cybercrime* dapat mengancam semua transaksi nasabah, keamanan data pribadi dari masing-masing pengguna tidak luput dari ancaman *cybercrime*. Kebocoran data pribadi dan penyalahgunaan data dapat merugikan pengguna. Minimnya pemanfaatan aplikasi perbankan, menurut APJII karena faktor keamanan internet yang masih menjadi isu bagi pengguna internet. Responden menyebut mereka sadar data dapat diambil (65,98%) dan sadar dengan penipuan di internet (83,98%).

⁴ Muhammad Afdi Nizar, *Teknologi Keuangan: Konsep dan Implementasinya di Indonesia*, Warta Fiskal Edisi V, Kementerian Keuangan, 2017.

Pada penelitian yang dilakukan oleh oleh Setyo Ferry Wibowo, dkk tahun 2015 yang berjudul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta). Menunjukkan hipotesis ketiga (H3) dapat diterima, maka variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan, dengan nilai thitung 8.537 dan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05).

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Habibi dan Achmad Zaky tahun 2015 yang berjudul pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Menunjukkan nilai dari statistik dari konstruk persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah adalah 0,139902 atau kurang dari 1,96 ($\leq 1,96$). Nilai T-Statistic 0,139902 tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (perceived ease of use) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chitra Laksmi Rithmaya tahun 2016 dengan judul pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan internet banking. Menunjukkan variabel resiko terhadap minat ulang karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa resiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa UIN Walisongo Semarang, tidak dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu golongan yang sebagian besar menggunakan jasa perbankan dalam hal ini termasuk mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa berasal dari luar daerah dan secara rutin akan melakukan transaksi keuangan melalui bank. Selain itu mahasiswa tingkat melek teknologi lebih mampu. Walaupun banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan *m-banking*, fasilitas perbankan ini belum dimanfaatkan secara maksimal oleh mahasiswa. Masih banyak mahasiswa yang belum berniat menggunakan *m-banking* untuk aktivitas sehari-hari.

Dari hasil wawancara kepada 10 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang, 8 diantaranya belum menggunakan produk BRIS Online dan memilih datang ke bank / ke ATM untuk melakukan transaksi, Salah satu narasumber yang bernama Anis mengatakan “*saya belum mengetahui fitur-fitur layanan produk BRIS Online dan belum mengetahui kemudahan dalam penggunaannya*”. Adapun 2 mahasiswa yang bernama Erta dan Habibi mengatakan “*saya takut akan resiko cyber crime seperti pembobolan saldo rekening atau penipuan seperti yang terjadi akhir-akhir ini*”. Kemudian 2 mahasiswa yang lain yang sudah menggunakan produk BRIS Online mengatakan “*saya merasa praktis dan efisien serta tidak terlalu mengawatirkan risiko yang ada dalam penggunaan produk BRIS Online*”.⁵ Melihat fenomena tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengetahuan fitur layanan dan kemudahan penggunaan masih rendah dan adanya resiko *cyber crime* dan penipuan yang pernah terjadi beberapa waktu lalu juga menjadi pertimbangan mahasiswa untuk menggunakan produk BRIS Online. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mencoba mencari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan produk BRIS Online . Oleh karena itu, judul yang diambil dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk BRIS ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Dalam Menggunakan Produk BRIS *Online* ?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Dalam Menggunakan Produk BRIS *Online* ?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Dalam Menggunakan Produk BRIS *Online* ?

⁵ Hasil wawancara dengan mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tanggal 27 Februari 2020

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Dalam Menggunakan Produk BRIS *Online*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Dalam Menggunakan Produk BRIS *Online*.
3. Untuk mengetahui pengaruh resiko terhadap minat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Dalam Menggunakan Produk BRIS *Online*.

B. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Melalui penelitian ini, penulis mencoba menggali konsep teoritis mengenai Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk BRIS ONLINE penelitian ini diharapkan menjadi titik acuan dan memberikan kontribusi konseptual bagi para peneliti dan akademisi lain untuk mengembangkan pengetahuan untuk kemajuan ilmu pendidikan.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak- pihak yang bersangkutan. Khususnya bagi penyusun umumnya bagi lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam ekonomi dan bisnis syariah yakni untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam, khususnya hal yang berkaitan dengan perbankan syariah.

1.4 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tentang konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian terdahulu, kerangka dasar teori, kerangka pemikiran teoritik, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan penyajian data dan analisis data.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran- saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lain yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan remote transaksi keuangan menggunakan perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau *tablet*. Sementara dalam penelitian Hanif et al, bahwa *mobile banking* adalah fasilitas dari bank di era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan termasuk pembayaran *mobile banking* antarlain pembayaran, *transfer*, *history*, dan sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada ponsel memungkinkan pelanggan untuk melakukan kegiatan perbankan menjadi lebih mudah dan tanpa batas ruang dan waktu.⁶

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi *mobile* yang digunakan dalam domain komersial. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat *mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. *Mobile banking* merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya. *Mobile banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik, dan berdasarkan jenisnya, jasa biasanya dibagi menjadi dua, yakni jasa *pull-based* dan jasa *push based*. Jasa *pull based* merupakan jasa yang ditawarkan, sedangkan *push-based* adalah jasa yang ditawarkan berdasarkan persetujuan pihak nasabah dan bank dimana bank akan mengirimkan informasi-informasi yang

⁶ Hanif et al, *Analisis Minat Pengguna Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang Telah Dimodifikasi*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Vol. 4, No. 1, 2017, hlm. 24

dibutuhkan nasabah secara berkala atau berdasarkan aturan tertentu. Contoh jasa *pull-based* yang diterapkan bank-bank di Indonesia antara lain adalah transfer dana, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air, dan lain-lain), pembelian voucher, ataupun perdagangan surat berharga negara. Selain jasa-jasa berdasarkan transaksi diatas, jasa *pull-based* juga mencakup permintaan akan informasi saldo dan catatan transaksi, sedangkan untuk jasa *push-based* biasanya berupa notifikasi-notifikasi yang secara otomatis akan langsung diterima ponsel nasabah apabila terjadi aktivitas pada rekening yang bersangkutan, yakni notifikasi deposit/penarikan dalam jumlah minimum tertentu, notifikasi saldo minimum, dan notifikasi pembayaran tagihan jasa ini sangat berguna. Misalnya seorang nasabah kehilangan kartu ATM tanpa sadar dan disalahgunakan oleh orang lain, dengan menerima notifikasi maka nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir kartu ATM sebelum tabungannya dibobol habis.

Ramadhan dan Herianingrum dalam penelitian, mengatakan bahwa layanan mobile banking seperti penggunaan teknologi informasi. Mobile banking atau yang biasa dikenal sebagai M-banking adalah layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk nasabah dukungan kalancaran dan kemudahan perbankan.⁷ Sementara itu, menurut Wulandari dan Moeliono, *mobile banking* atau yang sering disebut *m-banking* adalah fasilitas perbankan atau layanan yang menggunakan alat komunikasi seperti ponsel, dengan penyediaan fasilitas untuk transaksi perbankan melalui aplikasi di telepon. Dengan layanan ponsel dan *mobile banking*, transaksi perbankan biasanya dilakukan secara manual dengan datang langsung ke nasabah bank kini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan ponsel yang dapat mengurangi biaya dan waktu. Beberapa layanan *mobile banking* yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan ketika melakukan transaksi perbankan meliputi cek

⁷ Reza Ramadhan dan Sri Herianingrum, *Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, Vol. 4, No. 6, 2017, hlm. 478-479

saldo, transfer antar rekening, membayar tagihan dan baik. *Mobile banking* umumnya diklasifikasikan menjadi 3 bagian:

1. *Informasional* (bersifat memberikan informasi), sistem berisi informasi tentang produk produk dan jasa yang dimiliki oleh bank
2. *Communicative* (bersifat komunitif), sistem ini dapat terjadi interaksi antara nasabah dengan sistem yang ada dari bank.⁸ Interaksi ini dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan.
3. *Transactional* (dapat melakukan transaksi), dalam sistem ini nasabah dimungkinkan untuk transaksi secara langsung seperti akses langsung ke *account* di bank yang meliputi informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain sebagainya.⁹

2.1.1.1 Sejarah *Mobile Banking*

Mobile banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *mobile banking* ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi.

Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *mobile banking*. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta nasional berlomba-lomba meluncurkan teknologi *mobile banking*.

⁸ Novitasari Putri Wulandari dan Nadya Novandriani Karina Moeliono, *Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung*, Jurnal Bisnis dan Iptek, Vol. 10, No. 2, 2017, hlm. 141

⁹ *Ibid*, hlm. 142

Proses *mobile banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa *mobile banking* memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun bagi para nasabah pengguna *mobile banking*.

Sms Banking dan *Mobile Banking* adalah bagian dari *E-Banking*, perbankan elektronik yang juga dikenal dengan *Internet Banking* adalah sebuah aplikasi yang dimana nasabah dapat melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa *Internet Banking* yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan *Internet Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, komputer, lapto/notebook, dan sebagainya.¹⁰

2.1.1.2 Keunggulan Dan Kekurangan *M-Banking*

Keunggulan *M-Banking* adalah dapat diakses oleh semua pengguna handphone dengan tipe GSM. *M-Banking* menawarkan banyak keuntungan bagi nasabah maupun bank. Beberapa keuntungan yang dapat diberikan oleh *M-Banking* adalah sebagai berikut:¹¹

1. *M-Banking* memiliki kelebihan dibanding *internet banking*. Untuk mengakses *Online Banking*, nasabah harus memiliki koneksi internet dan komputer. Ini merupakan masalah bagi negara-negara berkembang karena tidak semua orang memiliki komputer ataupun

¹⁰ Syamsul Hadi Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Skripsi, (Universitas Islam Indonesia, 2015), hlm. 58

¹¹ Budi Agus Riswandi, "*Aspek hukum internet banking*", Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005, hlm.63

jaringan internet. Akan tetapi pada M-Banking, konektivitas bukan merupakan masalah. Nasabah bisa mendapatkan konektivitas *mobile* meskipun pada daerah terpencil dan juga pada saat memiliki masalah dengan jaringan internet.

2. Nasabah dapat membuat transaksi atau membayar tagihan kapanpun dan *m-banking* menghemat banyak waktu.
3. *M-Banking* melalui handphone sangat mudah untuk dimngerti. Tampilan dari M-Banking juga sangat simple. Nasabah hanya perlu mengikuti instruksi untuk melakukan transaksi. Hal ini juga menghemat pencatatan dari transaksi yang dilakukan.
4. *M-Banking* mengefektifkan biaya. Kebanyakan bank menyediakan fasilitas M-Banking dengan biaya yang rendah dibandingkan *online banking*.
5. *M-Banking* mengurasngi resiko penipuan. Nasabah akan mendapatkan notifikasi keyika terdapat aktivitas pada rekening nasabah. Ini meliputi setoran, penarikan uang, transfer antar rekening, dan lainnya. Nasabah akan menerima pemberitahunya ketika terdapat pergerakan pada rekening nasabah.
6. *M-Banking* juga memberikan keuntungan bagi bank, yaitu mengurangi biaya *tele-banking* dan lebih ekonomis.
7. *M-Banking* melalui handphone sangat menguntungkan bagi bank karena merupakan fasilitas tambahan yang mempermudah konsumen melakukan transaksi, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah mereka.
8. Bank dapat menjangkau nasabah mereka dengan *M-Banking*.
9. Bank juga dapat melakukan promosi dan menjual produk mereka dan layanan seperti kartu kredit, pinjaman, dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu.
10. Berbagai layanan seperti informasi kredit/debit, informasi pembayaran rekening, informasi jumlah tabungan, histori transaksi, fasilitas pengiriman uang, dan lainnya dapat diakses langsung melalui handphone nasabah

11. Nasabah dapat mentransfer uang sevara langsung pada rekening bank yang sama maupun beda melalui *M-Banking*.

Keuntungan dari kemudahan ini tidak dapat dipungkiri, akan tetapi terdapat beberapa kekurangan yang harus disadari oleh pengguna *M-Banking*. Berikut ini merupakan kekurangan dari *M-Banking*:

1. Keamanan

Para ahli keamanan secara umum setuju bahwa *M-Banking* lebih aman daripada online banking karena sangat sedikit virus dan trijan yang menyerang handphone. Akan tetapi bukan berarti *M-Banking* kebal terhadap ancaman keamanan. Pengguna *M-Banking* lebih rentan diserang penipuan yang dinamakan “*smishing*”, hal ini terjadi ketika seseorang pengguna *M-Banking* menerima SMS palsu yang menanyakan detil rekening bank dari seorang *hacker* yang menyamar sebagai institusi keuangan. Banyak orang yang terjebak pada trik semacam ini dan terkuras uangnya melalui penipuan ini.

Online banking biasanya dilakukan melalui koneksi yang terenkripsi sehingga *hacker* tidak dapat membaca data yang dikirimkan, akan tetapi harus diingat konsekuensi bahwa handphone dapat dicuri. Sementara seluruh aplikasi perbankan memerlukan nasabah untuk memasukkan *password* maupun *pin*, banyak orang mengatur agar perangkat handphone mereka dapat menyimpan *password* atau menggunakan *password* dan *pin* yang tidak aman atau dapat ditebak dengan mudah.

Keamanan transaksi keuangan, yang dieksekusi dari beberapa loikasi terpencil dana transmisi informasi keuangan melalui jaringan, adalah tantangan yang paling rumit yang perlu ditangani bersama oleh pengembang aplikasi *mobile*, penyedia layanan dan departemen TI Bank.

2. Kompabilitas

Nasabah memerlukan smartphone untuk dapat menggunakan *M-Banking* secara maksimal *M-Banking* tidak tersedia pada setiap handphone. Beberapa bank bahkan tidak menyediakan *M-Banking*

sama sekali. Sedangkan yang lainnya mengharuskan nasabah untuk memakai aplikasi *M-Banking* yang tersedia hanya pada smartphone yang terkenal seperti *iPhone*, Samsung, dan lainnya. Software *M-Banking* pihak ketiga tidak selalu mendukung bagi semua jenis handphone. Jika nasabah tidak memiliki smartphone, tipe dari *M-Banking* yang dapat digunakan biasanya terbatas. Melakukan pengecekan rekening tabungan melalui SMS tidak menjadi masalah, akan tetapi fitur yang lebih canggih misalnya transfer antar rekening umumnya tidak tersedia bagi pengguna handphone jadul.

3. Biaya

Biaya dari *M-Banking* mungkin tidak signifikan jika nasabah telah memiliki perangkat yang sesuai, akan tetapi nasabah tetap harus membayar biaya data. Beberapa institusi finansial mengharuskan pembayaran lebih untuk layanan *M-Banking*, dan nasabah harus membayar biaya software. Biaya ekstra ini secara cepat bertambah, terutama ketika nasabah mengakses *M-Banking* dengan sering.

2.1.2 Fitur Layanan

Fitur adalah perlengkapan untuk *interaktivitas* nasabah dalam penyampaian jasa *mobile banking*.

Menurut Tjiptono menyatakan fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.¹² Sedangkan layanan atau pelayanan menurut Kotler layanan adalah tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.¹³

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Konsep kepercayaan disini

¹² Tjiptono, et al, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi, 2012, Hlm. 103

¹³ Kotler, et al, *Marketing Management*, Global Edition 15e, Pearson Education International.Inc, United States, 2016, Hlm.422

merupakan kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* dan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat di dalam *mobile banking*.

Menurut Poon dalam Pranidana terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator ketersediaan fitur suatu sistem *internet banking*, yaitu:¹⁴

a. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa

Fitur layanan memberikan kemudahan pada pengguna dalam mengakses informasi mengenai produk atau jasa.

b. Keberagaman layanan transaksi

Fitur layanan yang disediakan mempunyai keragaman dalam proses melayani transaksi nasabah.

c. Keberagaman fitur

Fitur layanan dalam sistem informasi suatu bank mempunyai keragaman sehingga dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi.

d. Inovasi produk

Adanya fitur-fitur tambahan sehingga nasabah berminat menggunakan sistem *e-banking* dari suatu bank.

2.1.3 Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB).

Teori Model *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah model yang diadopsi dari teori model *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang dikembangkan dan merupakan teori yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen Icek. Ketika teori model *Theory of Reasoned Action* (TRA) adalah teori tindakan beralasan dan reaksi dengan premis persepsi sesuatu akan menentukan sikap dan perilaku manusia. Selain itu, Davis telah mengembangkan sebuah model teoritis yang lebih luas dari model penerimaan teknologi (TAM) untuk menggambarkan perilaku kepentingan dalam penggunaan teknologi. Teori ini memiliki dua faktor

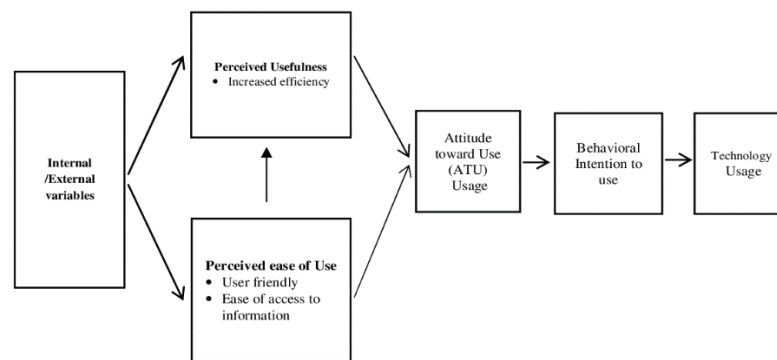
¹⁴ Poon, W. C, *User adaption og e-banking services*, Journal Of Business & Industrial Marketing, Vol.23, No.1, the Malaysian perspective, 2008, hlm. 59

utama yang mempengaruhi perilaku menarik adalah persepsi kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*).¹⁵

Model asli dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yang diperkenalkan sebelum dimodifikasi Davis dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1

Technology Acceptance Model (TAM)



Dari gambar ini menjelaskan hubungan antara variabel dalam teori model penerimaan teknologi (TAM), variabel eksternal (*external variables*) dianggap mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan dilihat (*perceived ease of use*). Dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) akan mempengaruhi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Maka kedua persepsi akan mempengaruhi sikap penggunaan (*attitude toward using*). Selain itu, efektivitas yang dirasakan (*perceived usefulness*) akan mempengaruhi kepentingan perilaku pengguna (*behavioral intention to use*). Juga menarik untuk perilaku pengguna (*behavioral intention to use*) akan dipengaruhi oleh sikap penggunaan (*attitude toward using*) dan pada saat

¹⁵ Endang Fatmawati, *Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*, Jurnal Iqra', Vol. 09, No. 01, 2015, hlm. 5-6

yang sama akan mempengaruhi penggunaan aktual sistem (*actual system use*).¹⁶

Salah satu teori untuk menjelaskan penerimaan orang dengan penggunaan teknologi adalah *teknologi acceptance Model* (TAM) diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989. TAM menjelaskan bahwa ada dua variabel yang mempengaruhi individu untuk atau tidak menggunakan teknologi yang tampaknya kemudahan penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan.¹⁷

Ada lima hal yang mendasari teori TAM, hal tersebut adalah:¹⁸

1. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*).
2. Kemudahan persepsian (*perceived ease of use*).
3. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*).
4. Minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)
5. Penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*).

Teori lain menjelaskan penerimaan orang dalam penggunaan teori perilaku direncanakan Teknologi *Theory of Planned Behavior* (BPT), teori ini dapat menjelaskan bahwa kepercayaan dan risiko dapat mempengaruhi mereka yang tertarik atau memiliki keinginan untuk menggunakan teknologi.¹⁹ Teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 ini telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi. TPB memiliki kelebihan yaitu mampu untuk menganalisis situasi ketika individu tidak dapat mengontrol perilakunya.

¹⁶ Abdul Khakim, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Kelompok Referensi Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Grobogan, Salatiga: IAIN Salatiga, 2016, hlm. 17

¹⁷ Fred D Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5, 1989, hlm.319

¹⁸ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Andi, hlm.113

¹⁹ Ick Ajzen. (1991), *The Theory of Planned Behavior*, *Organization Behavior and Human Decision Processes Journal*. Vol. 50. No.2:179-211

Teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna dalam penggunaan teknologi. TPB memiliki keuntungan untuk dapat menganalisis situasi ketika individu tidak dapat mengendalikan perilakunya.²⁰ Dalam penelitian ini akan di kombinasikan antara teori TAM dan TPB dengan mengambil salah satu variabel dari masing-masing teori tersebut yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi risiko.

2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*)

Definisi persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya “ease of use” berarti mengacu pada ukuran kepercayaan bahwa pengguna teknologi tertentu menggunakan teknologi dapat memberikan fleksibilitas untuk tidak menghabiskan lebih banyak usaha.²¹ Kata *Ease* yang berarti kemudahan menunjukkan kebebasan dari kesulitan atau usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu asumsi individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu akan mudah.²² Menurut pengertiannya seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika memiliki anggapan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah. Sehingga menunjukkan bahwa inovasi teknologi dibuat untuk memudahkan pengguna untuk tidak menyulitkan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya, sedangkan kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha. Sehingga persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai proses seseorang menggunakan panca inderanya untuk mengetahui sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usahannya.

Menurut Davis, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan

²⁰ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Ardi, hlm. 86

²¹ Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Sistem Pembayaran Go-pay Menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*. Skripsi FE UII, 2017, hlm. 23

²² Dwimastia Harlan, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-banking pada UMKM di Kota Yogyakarta*. Skripsi, FE UNY. hlm. 23

teknologi mudah dan tidak memerlukan upaya dari pengguna. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan sistem kegunaan untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna. Jika seseorang percaya dalam penggunaan sistem teknologi lebih mudah untuk digunakan, itu akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem teknologi tidak mudah maka tidak akan digunakan.²³

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat mengatakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi mudah dan tidak membutuhkan usaha sehingga teknologi ini sering digunakan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Insyirah (94) : 5-6), yaitu:²⁴

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Artinya: “*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*”. (QS. Al-Insyirah (94) : 5-6)²⁵

Dari penjelasan ayat tersebut Allah selalu memberikan jalan kemudahan dalam langkah kehidupan agar kita tidak mempersulit diri sendiri. Jika dikaitkan dengan penggunaan layanan mobile banking sehingga kita dalam transaksi atau kegiatan yang berhubungan dengan pembayaran mungkin lebih mudah dan menghemat waktu.

Suatu teknologi dikatakan memiliki kemudahan dalam penggunaannya jika indikator-indikator tertentu sebagai berikut:²⁶

1. Mudah dan terampil dalam penggunaan teknologi.
2. Teknologi ini dapat mudah untuk dipelajari.
3. Sangat mudah untuk pengoperasiannya.

²³ Ainun Fika Budi Aji Saputri, *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.com)*, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015, hlm. 20-21

²⁴ Imam Anendro, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016, hlm. 42

²⁵ <http://id.noblequran.org/quran/surah-al-insyirah/>, Diakses tanggal 13 Maret 2020

²⁶ Mustofa Abdul Karim, *Pengaruh Sistem Pembayaran Go-pay Menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*. Skripsi FE UII, 2017. Hlm. 23

Kemudahan yang dirasakan mempengaruhi sikap individu dalam 2 mekanisme yaitu *self-efficacy* dan *Intrumentaly*. Semakin mudah teknologi digunakan maka akan meningkatkan self-eficacy penggunanya. Kemudahan yang dirasakan juga memberikan dampak dalam memperbaiki kinerja seseorang.²⁷ Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi atau sistem maka dapat mempengaruhi ketertarikan penggunanya.

2.1.5 Risiko

Resiko adalah potensi kerugian akibat terjadi suatu peristiwa tertentu. Menurut Idroes resiko merupakan ancaman atau kemungkinan suatu tindakan atau kejadian yang menimbulkan dampak yang berlawanan dengan tujuan yang ingin dicapai. resiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk mengalami kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan. Resiko adalah suatu keadaan *uncertainly* yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara *online*.²⁸

Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan *M-Banking*. Risiko dapat dibagi dalam lima dimensi, diantaranya adalah:

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا
وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ حَبِيرٌ

Artinya : Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan Dialah Yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang

²⁷Panggih Dwi Istiarni, *Analisis Pengaruh Pepspsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi FEB UNDIP Semarang, 2014

²⁸ Idroes, Ferry N, *Manajemen Resiko Perbankan : Pemahaman Pendekatan 3 Pilar Kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi dan Pelaksanaannya di Indonesia*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta, 2008, hlm.4

dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengetahui.

Ayat di atas menjelaskan tentang kita sebagai manusia tidak mengetahui apa yang akan terjadi besok. Entah itu suatu pekerjaan yang menghasilkan keuntungan atau kerugian. Sesuatu yang tidak pasti yang dapat menghasilkan kerugian disebut dengan risiko. Oleh karena itu, sebagai nasabah, sebelum memanfaatkan fasilitas layanan mobile banking, sebaiknya nasabah paham terlebih dahulu tentang mekanisme dan risiko yang kemungkinan terjadi

Risiko adalah ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan M-Banking. Risiko dapat dibagi menjadi lima dimensi, yaitu:²⁹

- a. Risiko Psikologi (*psychological risk*), perasaan, emosi ataupun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk.
- b. Risiko Keuangan (*financial risk*), individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk.
- c. Risiko Kinerja (*functional risk*), individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai yang mereka harapkan.
- d. Risiko fisik (*physical risk*), dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya.
- e. Risiko sosial (*social risk*), risiko ini dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.

Semakin rendah tingkat risiko yang didapat oleh seseorang maka semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang. Sebaliknya semakin tinggi tingkat risiko yang didapat seseorang maka semakin rendah tingkat kepercayaan seseorang. Sebuah risiko yang dirasakan lebih tinggi jika :³⁰

²⁹ Meilayah Ariani dan Zulhawati, *Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay*. Jurnal, Conference on Management and Behavioral Studies, Universitas Tarumanegara, Jakarta. ISSN No. 2541-3406, e-ISSN No. 2541285x, 2017

³⁰ Yusuf Fitra Mulyana, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online*. Skripsi, FE UNDIP, Semarang, 2016

- a. Kurangnya informasi tentang produk
- b. Produk merupakan hal yang baru
- c. Produk ini sangat kompleks
- d. Kepercayaan pengguna dalam mengevaluasi merk rendah
- e. Tingginya harga produk
- f. Pentingnya produk ini untuk pengguna

Semakin tinggi resiko yang dihasilkan, pengguna akan termotivasi untuk menghindari penggunaan produk tersebut. Untuk mengukur persepsi resiko, ada indikator yang dapat digunakan yaitu :³¹

- a. Ada risiko yang di timbulkan
- b. Ada kerugian
- c. Ada anggapan bahwa produk tersebut beresiko.

Resiko teknologi informasi yang terdapat pada *Mobile Banking* semakin besar seiring dengan kemajuan teknologi, dengan adanya pengawasan pada *Mobile Banking* dapat meminimalisir resiko baik dari pihak perbankan maupun pihak nasabah.

2.1.6 Minat

Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu serta mempunyai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.³² Pendapat lain tentang minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.³³ Kesimpulannya minat adalah dorongan dari psikis seseorang untuk melakukan sesuatu atau menggunakan tanpa dorongan pihak lain. Dalam peneliti ini minat diartikan sebagai ketertarikan seseorang dalam bertransaksi menggunakan *M-Banking*.

³¹ Paul A. Pavlou, *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating, Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*, International journal of Electronic Commerce, Vol. 7, 2010

³² Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1981 hlm. 32

³³ Sumadi suryabrta, *Psikologi Pendidikan*, PT. Grafindo Perkasa rajawali:Jakarta, 2002, hlm. 68

Suryobroto menyatakan minat sebagai kecenderungan orang untuk tertarik terhadap suatu obyek atau menyukai suatu obyek. Munculnya minat dalam suatu obyek ditandai dengan adanya ketertarikan dan merasa senang. Jadi bisa dikatakan jika seseorang berminat terhadap sesuatu, orang itu akan merasa senang dan tertarik terhadap suatu obyek tersebut.

Sedangkan Mappier menyatakan minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan lain yang yang menggerakkan individu terhadap suatu pilihan. Selain itu, minat menurut Sukardi adalah salah satu unsur kepribadian yang memainkan peran penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat akan mengarahkan individu terhadap suatu objek atas dasar rasa senang atau rasa ketidaksenangan. Sehingga minat dapat dilihat dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu objek tertentu.³⁴ Minat dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi kepentingan masing-masing individu:

1. Faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berkaitan dengan fisik dan spiritual
2. Faktor motif sosial, yaitu kebutuhan untuk alokasi dan lingkungan individu
3. Faktor emosional, yang mengukur intensitas seseorang untuk memperhatikan keinginan atau objek³⁵

Minat masing-masing individu tergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhi setiap individu memiliki minat masing-masing. Meskipun individu memiliki minat pada sesuatu, tapi didorong oleh faktor-faktor tertentu. Minat dapat diukur dengan beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya adalah:

1. rasa ingin menggunakan
2. Penggunaan Selalu

³⁴ Imam Anendro, *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Mandiri Syariah Terhadap Penggunaan Emoney*, Skripsi, 2016, hlm. 36-37

³⁵ Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 2001. hlm. 56

3. Lanjutkan untuk menggunakan di masa depan.³⁶

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator indikator sebagai berikut (Ferdinand 2002:192):

a. Minat transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

b. Minat refrensional

Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya.

c. Minat prefrensi

Minat prefrensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.

d. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Proses perubahan secara umum, terjadi hampir sepanjang kehidupan. Perubahan-perubahan minat dalam proses itu dapat disebabkan oleh perubahan pola kehidupan, perubahan tugas dan tanggung jawab dan perubahan status.³⁷

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

³⁶ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* Yogyakarta: Andi, 2007, hlm. 33

³⁷ Mappiare Andi. *Psikologi Orang Dewasa*, Surabaya: Usaha Nasional, 1983, hlm, 59

Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

2.1.7 Keputusan

Menurut Irham Fahmi pengertian Keputusan adalah “Proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dari beberapa aspek pilihan.³⁸ Sedangkan menurut J Supranto “membuat keputusan berarti memilih satu diantara sekian banyak alternatif, dimana minimal terdapat dua pilihan alternatif dan dalam praktiknya lebih dari dua alternatif di mana pengambil atau pembuat keputusan harus memilih salah satu berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu.³⁹ Berdasarkan pengertian tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif, yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga terbentuknya kesimpulan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Keputusan konsumen sangat erat hubungannya dengan perilaku konsumen. Perilaku Konsumen menurut Kotler dan Keller adalah “Studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁴⁰ Sedangkan menurut Nembah F. Hartimbul Ginting Perilaku Konsumen adalah “Tindakan perorangan dalam memperoleh, menggunakan serta membuang barang dan jasa ekonomi, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum menetapkan tindakan.⁴¹

³⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14

³⁹ Johannes Supranto, *Teknik Pengambilan Keputusan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009, hlm. 1.

⁴⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2000, hlm. 181.

⁴¹ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Yrama Widya, 2011, hlm. 33.

Keputusan yang dilakukan oleh nasabah/konsumen sama halnya dengan perilaku konsumen yaitu sama-sama memberi keputusan pilihan atas tindakan pembelian barang ataupun jasa. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah proses pelanggan dalam membuat keputusan membeli, menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli, juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa.

Proses Keputusan Nasabah dalam Melakukan Pembelian Kegiatan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami seorang konsumen dalam melakukan tindakan. Tahap-tahap proses keputusan pembelian model lima tahap:⁴²

Pengenalan Masalah Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal (lapar, haus dan sebagainya) dan eksternal (menonton iklan televisi). Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang memicu minat konsumen. Ini sangat penting pada proses pembelian dengan kebebasan memilih (*discretionary*). **Pencarian Informasi.** Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu akan mulai aktif mencari informasi untuk mempelajari produk tertentu. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya. **Evaluasi Alternatif.** Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai

⁴² Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2000, hlm. 235.

proses yang berorientasi kognitif. Yaitu, model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional. Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen.

Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbedabeda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu. Keputusan Pembelian. Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkan.

2.1.8 BRIS Online

Aplikasi BRIS online adalah salah satu sistem pembayaran online yang diluncurkan BRISyariah untuk mempermudah kegiatan nasabah diantaranya untuk meningkatkan volume penjualan.

Bank BRISyariah menawarkan jasa mobile banking dalam wujud aplikasi BRIS online. BRIS online merupakan layanan perbankan digital yang memudahkan nasabahnya untuk memanfaatkan layanan perbankan BRISyariah. Fitur-fitur BRIS online antara lain:⁴³

1. Transaksi perbankan digital.

Layanan perbankan BRISyariah ada di genggam tangan sahabat BRIS. Informasi saldo, transfer (sesama rekening BRISyariah dan antar bank) dapat dilakukan dengan mudah melalui BRIS online.

⁴³BRISyariah, Aplikasi BRIS online, dalam <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bris.onlinebris&hl=in> (diakses pada tanggal 14 Maret 2020).

2. Pembayaran tagihan.

Sahabat BRIS dapat melakukan pembayaran tagihan dengan mudah melalui BRIS online seperti tagihan listrik, telepon/HP, internet, TV berbayar, Pembayaran Donasi (BAZNAS, Dompot Dhuafa, Gria Yatim, ZIS BRIsyariah, BAZIS DKI Jakarta, Yayasan Dompot Sosial Madani Bali, Yayasan Baitul Maal Hidayatullah, Rumah Zakat, LazisNU Jatim) , Pembayaran Institusi (Khadijah Surabaya, UNISBA, Univ. Aisyiah Yogyakarta, SD Al Muttaqin, UIN Suska Riau, Univ. Syiah Kuala Aceh, Al Irsyad Purwokerto, Panca Budi Medan, Universitas Riau, Universitas Malikussaleh, Yayasan Al Falah Jambi, IAIN Salatiga, Al Furqan Jember, UMSU, UIN Walisongo, IAIN Purwokerto, IAIN Palu, UIN Sumatera Utara, Yay. Al Kautsar, Poltek Indonusa Surakarta, SMAM 1 Gresik, STEMBI, SD Muh. Manyar Gresik, SMK Riksa Indrya, Stikes BTH Tasikmalaya, UIN Sunan Gunung Djati, Ulil Albab Batam, Universitas Jember, IAIN Samarinda, IAIN Surakarta, UM Metro Lampung, dll) , virtual account, tiket, tokopedia dan asuransi.

3. Pembelian.

Sahabat BRIS dapat memanfaatkan BRIS online untuk pembelian token listrik, Pembelian PLN Prepaid (Token), Pembelian Pulsa Telkomsel, Pembelian Pulsa Indosat, Pembelian Pulsa XL, Pembelian Pulsa Smartfren, Pembelian Paket Internet Telkomsel, Pembelian BIG TV, Top Up Gopay Gojek.

4. Notifikasi transaksi.

Sahabat BRIS dapat dengan mudah dan cepat mengetahui transaksi mutasi yang terjadi di rekeningnya secara *realtime*. Notifikasi transaksi dapat dikirimkan melalui SMS ataupun melalui alamat *email* yang didaftarkan.

5. *Inbox*.

Seluruh transaksi yang telah dilakukan menggunakan BRIS *online*, tetap tersimpan pada inbox BRIS *online*.

6. *Electronic statement*.

Mencetak buku tabungan dan informasi rekening koran setiap bulannya dapat dengan mudah diterima sahabat BRIS melalui alamat *email* yang didaftarkan. Pengaktifan dapat dilakukan melalui BRIS *online*.

7. Multi-rekening.

Sahabat BRIS dapat mengaktifkan dan menggunakan lebih dari satu rekening yang dimilikinya untuk bertransaksi. Pengaktifan *multi-rekening* dapat dilakukan sendiri oleh sahabat BRIS melalui BRIS *online*.

8. Transaksi favorit.

Transaksi rutin yang dilakukan oleh sahabat BRIS, dapat disimpan sebagai transaksi favorit.

9. Personalisasi BRIS *online*.

Sahabat BRIS dapat melakukan personalisasi BRIS *online* dengan mengganti foto *profil* serta nama akun BRIS *online*, sesuai keinginan.

10. Informasi BRISyariah.

Informasi tentang BRISyariah dapat dengan mudah diakses melalui BRIS *online*, seperti lokasi kantor dan ATM BRISyariah terdekat dengan lokasi sahabat BRIS berada, serta promo yang sedang diadakan di BRISyariah.

11. Konten Islami.

Jadwal sholat, lokasi masjid terdekat, motivasi Islami, *juz amma* serta arah kiblat, dapat dengan mudah diakses oleh sahabat BRIS, tanpa harus menginstall aplikasi terpisah untuk fitur-fitur tersebut.

Menggunakan aplikasi BRIS *online* memberikan beberapa manfaat, diantaranya hemat waktu, aman, dapat melakukan transaksi *real time* online serta dapat mengakses seluruh rekening yang dimiliki di

BRISyariah dengan satu kali login pada akun BRIS *online*. Layanan-layanan yang dulu dapat diakses secara manual kini telah berpindah ke sistem online. Aplikasi BRIS online memiliki beberapa tujuan diantaranya:

- a. Peningkatan kepuasan nasabah
- b. Mendapatkan dan mempertahankan nasabah
- c. Memperluas jaringan geografis
- d. Penjualan silang
- e. Mengidentifikasi nasabah potensial
- f. Mengurangi biaya operasional.⁴⁴

Salah satu manfaat Aplikasi BRIS online adalah untuk mendukung aktivitas wirausaha syariah. Dengan demikian parameter yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan aplikasi BRIS online ini harus menggunakan standar yang mudah dimengerti oleh nasabah. Nasabah yang dimaksud adalah wirausaha syariah yang menggunakan aplikasi BRIS online ini dalam kegiatan wirausahanya.

2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Setyo Ferry Wibowo, dkk (2015)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di	Menunjukkan pengaruh signifikan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, ketersediaan fitur, dan kepercayaan terhadap niat untuk menggunakan kartu uang elektronik.

⁴⁴ Fanni Husnul Hanifa, Astri Wulandari dan Agus Maolana, *Efektifitas Layanan Internet Banking Berdasarkan Persepsi Konsumen: Studi Pada Nasabah PT. Bank Mandiri dan PT. Bank Negara Indonesia Tahun 2013*, E-Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Telkom 2014, hlm. 85.

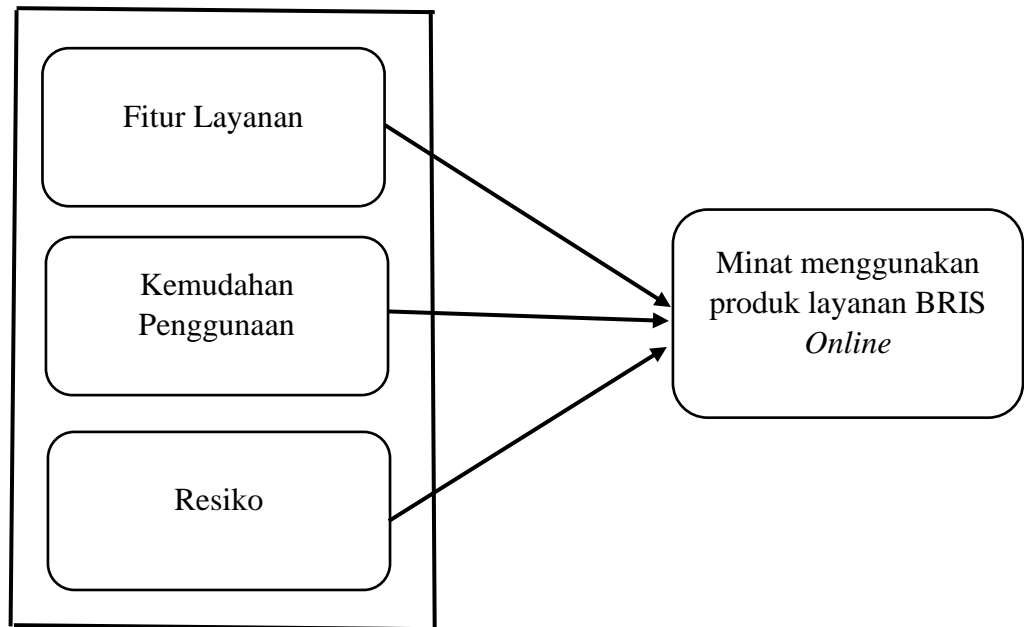
		Jakarta)	
2.	Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti,Rizki Yudhi Dewantara, (2015)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking, (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Rembang, Jawa tengah)	Pada penelitian ini Variabel yang digunakan adalah Persepsi Kemanfaatan (X1), Kemudahan(X2), Resiko (X3) dan Kesesuaian (X4) terhadap Minat menggunakan Mobile Banking (Y). Hasil dari penelitian ini pada uji t adalah 2,091 (X1), 2,215 (X2), 2,886 (X3) dan 4,115 (X4). Hasil dari perhitungan koefisien determinasi (R2) menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan, kemudahan, resiko, kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan internet banking adalah sebesar 50,4% sedangkan sisanya yaitu49,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitan.
3.	Anik Susanti (2015)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (nasabah bank BRI Syariah)	Tujuan penelitian ini mengetahui variabel mana yang sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. Variabel penelitian persepsi kegunaan (x1), persepsi kemudahaan (x2), persepsi resiko (x3), persepsi kepercayaan (x4), minat menggunakan mobile banking (y1). Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahaan, persepsi resiko dan persepsi kepercayaan berpengaruh secara simultan.
4.	Chitra Laksmi Rithmaya (2016)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur	Menunjukkan secara simultan semua variabel berpengaruh positif dan signifikan

		Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Ininternet Banking	
5.	Muhammad Habibi dan Achmad Zaky (2015)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah	Menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Kemudahan penggunaan suatu teknologi tidak berpengaruh bagi seorang pengguna teknologi yang umumnya dimasa kini telah mengenal teknologi dengan sangat baik. Sehingga perlu dipertimbangkan lagi dalam minat menggunakan layanan internet banking.
6.	Muftafida Higya Aryani (2015)	Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking : Pendekatan TAM	Menyatakan bahwa penelitian ini menunjukkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan internet banking. Hasil ini dapat disebabkan karena faktor terkuat yang dipertimbangkan oleh seseorang dalam minat menggunakan internet banking adalah kegunaan dari penerapan layanan internet banking, meskipun sistem yang digunakan dalam layanan internet banking telah dibuat mudah untuk dioperasikan dan sederhana, namun seseorang merasa tetap mempertimbangkan segi kegunaan dalam minat menggunakan layanan internet banking.

2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan dalam sub bab sebelumnya maka kerangka dari penelitian ini adalah:

Bagan 1. Kerangka berpikir



Berdasarkan gambar skema diatas peneliti akan meneliti fitur layanan, kemudahan penggunaan dan resiko terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan produk layanan BRIS Online.

2.4 Rumusan Hipotesis

1. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan BRIS Online

Menurut Schmitt (2010) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefensiasikan produk mereka dengan produk pesaing.

Menurut Poon (2011) terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator ketersediaan fitur (feature availability) suatu sistem internet

banking, yaitu, kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Chitra Laksmi Rithmaya (2016) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Ininternet Banking menunjukkan bahwa ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan internet banking.

H₁ : Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan BRIS Online

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan BRIS Online

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan teknologi sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tersebut tak perlu bersusah payah. Konsep persepsi kemudahan penggunaan ini mencakup tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pengguna (Handayani,2007)

Penelitian oleh Setyo Ferry Wibowo, dkk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card* (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). Sampel dari penelitian tersebut adalah pengguna jasa commuterline di Jakarta. Hasil penelitian tersebut meunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan kartu uang elektronik

Penelitian oleh Muhammad Habibi dan Achmad Zaky tahun 2015 yang berjudul pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah, pada penelitiannya Habibi menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah

H₂ : Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BRIS Online

3. Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan BRIS Online

Menurut Dowling (1986) dalam Farizi dan Syaefullah (2014), risiko adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata.

Penelitian yang dilakukan oleh Muftafida Higya Aryani (2015) yang berjudul Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking : Pendekatan TAM menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *e-banking*.

H₃ : Risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan BRIS Online

2.5 Hipotesa Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan kerangka teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

a. Fitur Layanan

Ha : Terdapat pengaruh fitur layanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk layanan BRIS *Online*

H₀ : Tidak terdapat pengaruh fitur layanan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk layanan BRIS *Online*

b. Kemudahan Penggunaan

Ha : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk layanan BRIS *Online*

H₀ : Tidak terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan produk layanan BRIS *Online*

c. Resiko

Ha : Terdapat pengaruh resiko terhadap minat mahasiswa menggunakan produk layanan BRIS *Online*

H0 : Tidak terdapat pengaruh resiko terhadap minat mahasiswa
menggunakan produk layanan BRIS *Online*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Prasetyo dan Jannah⁴⁵, penelitian kuantitatif menunjukkan suatu gejala yang riil, bisa dipelajari secara epistemologis, dan penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mencari penjelasan-penjelasan antar gejala. Aplikasi analisis pada penelitian ini menggunakan SPSS 23. Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yang merupakan penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih.⁴⁶ Dalam penelitian ini mengangkat fenomena masyarakat khususnya mahasiswa berupa minat menggunakan produk layanan BRIS *Online*. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel *independen* dan variabel *dependen*. Adapun variabel tersebut adalah minat menggunakan produk layanan BRIS *Online* (variabel *dependen*) serta fitur layanan, kemudahan penggunaan dan resiko (variabel *independen*).

3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam skripsi ini digolongkan menjadi dua kelompok yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau obyek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

⁴⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftakhul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, hlm. 53.

⁴⁶ Suliyanto, *Statistika Non Parametrik*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014, hlm. 3.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Dapat diartikan juga sebagai data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari pihak lain. Misalnya berupa dokumen laporan-laporan, buku, jurnal penelitian dan artikel yang berkaitan dengan materi yang sedang peneliti lakukan.

3.2 Populasi dan Sampel

Didalam metodologi penelitian, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁴⁷ Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki obyek atau subyek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah 2426 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang⁴⁸.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi⁴⁹. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode penentuan yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Metode *purposive sampling* digunakan karena anggota-anggota yang terpilih menjadi bagian sampel dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu individu yang merupakan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang yang pernah menggunakan BRIS Online maupun yang belum menggunakan BRIS Online. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi, ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin*⁵⁰:

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2011. Hlm.61.

⁴⁸ Febi.walisongo.ac.id

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 23, Bandung: CV Alfabeta, 2016, hlm. 80-81

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991, hlm. 160

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

$$n = \frac{2426}{1 + 2426(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2426}{25.26}$$

$$n = 96,041$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Error

Dari perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel sebesar 96,041 yang dibulatkan menjadi 97. Jadi jumlah sampel yang digunakan untuk mewakili populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian:

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang sebagai responden untuk mendapatkan jawabannya.⁵¹ Penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yang dibuat menggunakan aplikasi *Google Drive*. Kuesioner tersebut telah disediakan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang berkaitan dengan minat penggunaan produk layanan BRIS Online dengan desain jawaban menggunakan Skala Likert. Dimana nantinya responden akan diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dengan cara memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang telah disediakan peneliti dengan memberikan tanda (\surd).

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 23, Bandung: CV Alfabeta, 2016, hlm. 142

Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian dengan menggunakan Skala Likert yaitu dengan cara variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen baik dalam bentuk pertanyaan ataupun pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert dapat menggunakan pilihan kata-kata:

- a. Sangat setuju = SS
- b. Setuju = S
- c. Ragu-ragu = RG
- d. Tidak setuju = TS
- e. Sangat tidak setuju = STS

Kemudian untuk analisis data dari pilihan jawaban tersebut dapat diberi skor:⁵²

- a. Sangat setuju = SS diberi skor 5
- b. Setuju = S diberi skor 4
- c. Ragu-ragu = RG diberi skor 3
- d. Tidak setuju = TS diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju = STS diberi skor 1

3.4 Variabel Penelitian

Untuk memudahkan dan menghindari kesalahan dalam penafsiran dan batasan yang jelas mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka diperlukan definisi yang lebih spesifik, yaitu:

Tabel Variabel Penelitian

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. 23, Bandung: CV Alfabeta, 2016, hlm. 93-94

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Fitur Layanan (X1)	Fitur layanan merupakan faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi secara <i>online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kelengkapan fasilitas transaksi • Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan • Biaya penggunaan fasilitas 	Diukur menggunakan angket (kuesioner) Skala Likert
Kemudahan Penggunan (X2)	Suatu anggapan pengguna dalam hal ini adalah mahasiswa UIN Walisongo Semarang bahwa aplikasi BRIS <i>Online</i> mudah dioperasikan dan pengguna tidak mengeluarkan	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah digunakan • Mudah dipelajari • Mudah dioperasikan 	Diukur menggunakan angket (kuesioner) Skala Likert

	usaha lebih		
Resiko (X3)	Ketidakpastian yang dialami pengguna dalam hal ini adalah Mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang menimbulkan konsekuensi negatif	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya resiko tertentu • Mengalami kerugian • Anggapan adanya resiko 	Diukur menggunakan angket (kuesioner) Skala Likert
Minat menggunakan BRIS <i>Online</i> (Y)	Ketertarikan individu dalam hal ini adalah Mahasiswa UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan BRIS <i>Online</i> sehingga individu tersebut mencoba menggunakan, terus mencoba dan	<ul style="list-style-type: none"> • Berminat untuk menggunakan • Selalu mencoba menggunakan • Penggunaan berlanjut 	Diukur menggunakan angket (kuesioner) Skala Likert

	menggunakan terus menerus		
--	---------------------------	--	--

3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif deskriptif, yaitu dimana data yang digunakan dalam penelitian ini ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh antara fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan BRIS Online. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan software SPSS 23. Metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah:

1. Uji Kualitas Data

3.5.1 Pengujian Validitas

Pengujian ini merupakan suatu alat ukur test dalam kuisioner. Validitas artinya sejauh mana test dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.⁵³ Pengujian validitas tiap butir digunakan untuk analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor butir.⁵⁴ Pengujian Validitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur yang digunakan pada pengujian validitas adalah daftar-daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya untuk menentukan valid atau tidaknya suatu data.

3.5.2 Pengujian Reliabilitas

Uji Realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indeks dari variabel atau konstruk.⁵⁵ Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran berulang akan mendapatkan hasil yang sama,

⁵³ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2013, hlm, 132

⁵⁴ Sugiono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREAL*, Bandung: ALFABETA, 2015, hlm, 377

⁵⁵ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Grha Ilmu, 2013, hlm. 141

kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* kurang dari $<0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel, pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan program SPSS.

2. Uji Asumsi Klasik

Data yang didapatkan merupakan data sekunder, untuk menentukan ketepatan akan dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang mendasari pada model regresi, adapun diantaranya:

3.5.3 Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi residual. Uji normalitas merupakan uji salah satu bagian dari persyaratan analisis data atau biasa disebut uji asumsi klasik, tujuannya untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.⁵⁶ Distribusi normal mengandung arti bahwa data memusat pada nilai rata-rata atau median, untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan cara uji statistik non parametric *Kolmogorov-Sminornov* (K-S).

3.5.4 Uji Multikolinearitas

Uji ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda, yang menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas, yang merupakan gejala korelasi antara variabel independen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dengan menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak dapat korelasi antara variabel bebas. Jika nilai tolerance >0.10 atau sama dengan nilai VIF <10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.5 Uji Heteroskedastisitas

⁵⁶ Siti Nurhasanah, *praktikum statistika 2 untuk ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2016, hlm. 62

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian erisidual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki persamaan varian erisidual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lain sehingga dapat dikatakan model tersebut homokedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan cara uji glajser dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen.

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas didapati bahwa model penelitian terjadi heterokedastisitas didapati bahwa model penelitian ini terjadi heterokedastisitas, sehingga perlu dilakukan pengujian ulang dengan menggunakan metode *Weighted Least Squares* (WLS) dengan tujuan model dapat bersifat homokedastisitas sehingga seluruh variable dapat digunakan dalam penelitian.

3. Uji Hipotesis

3.5.6 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara dua variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:⁵⁷

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

⁵⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013, hlm. 139.

Y : Minat menggunakan BRIS Online
 α : Konstanta
 X_1 : Fitur Layanan
 X_2 : Kemudahan Penggunaan
 X_3 : Risiko
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi (menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen)
 e : Standar eror

3.5.7 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel, uji dilakukan dengan cara:

- Jika $t_{table} > t_{hitung}$, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- Jika $t_{table} < t_{hitung}$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5%, analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05 dimana syarat-syarat adalah sebagai berikut:

- 1) Jika Signifikansi $t < 0,5$ maka variabel independen berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen
- 2) Jika signifikansi $t > 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

3.5.8 Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama-sama variabel devenden, yaitu menunjukkan pengaruh tingkat signifikan 0.05 atau 5% melalui program SPSS. Adapun pengujian dilakukan dengan cara:

- Jika $F_{hitung} < F_{table}$ ($F < 0.05$), maka variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $F_{hitung} > F_{table}$ ($F > 0.05$), maka variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁵⁸

⁵⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013, hlm. 97.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah pendirian PT Bank BRISyariah Tbk tidak lepas dari akuisisi yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Setelah mendapatkan izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat no. 10/67/Kep.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008 BRISyariah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank BRISyariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam.

Pada 19 Desember 2008, Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT Bank BRISyariah. Proses *spin off* tersebut berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009 dengan penandatanganan yang dilakukan oleh Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dan Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRISyariah.

BRISyariah melihat potensi besar pada segmen perbankan syariah. Dengan niat untuk menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip luhur perbankan syariah, Bank berkomitmen untuk produk serta layanan terbaik yang menentramkan, BRISyariah terus tumbuh secara positif.

BRISyariah fokus membidik berbagai segmen di masyarakat. Basis nasabah yang terbentuk secara luas di seluruh penjuru Indonesia menunjukkan bahwa BRISyariah memiliki kapabilitas yang tinggi sebagai bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah.

BRISyariah terus mengasah diri dalam menghadirkan yang terbaik bagi nasabah dan eluruh pemangku kepentingan. BRISyariah juga senantiasa memastikan terpenuhinya prinsip-prinsip syariah serta Undang-Undang yang berlaku di Indonesia. Dengan demikian, BRISyariah dapat terus melaju menjadi bank syariah terdepan dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Pada tahun 2018, BRISyariah mengambil langkah lebih pasti lagi dengan melaksanakan *Initial Public Offering* pada tanggal 9 Mei 2018 di Bursa Efek

Indonesia. IPO ini menjadikan BRISyariah sebagai anak usaha BUMN di bidang syariah yang pertama melaksanakan penawaran umum saham perdana.⁵⁹

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden menjelaskan karakteristik dari pengguna BRIS Online dalam hal ini adalah Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang, karakteristik ini meliputi Jenis Kelamin, Jurusan serta Tahun Angkatan. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Dari kuesioner yang disebar maka dihasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	26	26,8	26,8	26,8
	Perempuan	71	73,2	73,2	100,0
Total		97	100,0	100,0	

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan data diatas bahwa jumlah responden laki-laki dari total keseluruhan responden adalah 26 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 26,8% dari total keseluruhan responden, sedangkan jumlah responden perempuan adalah sebanyak 71 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 73,2% dari total keseluruhan responden.

2) Jurusan

Dari kuesioner yang disebar maka dihasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4.2

⁵⁹ Brisariah.co.id (diakses pada 5 Juni 2020)

Karakteristik responden berdasarkan Jurusan

		Jurusan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	S1 Ekonomi Syariah	8	8,2	8,2	8,2
	S1 Perbankan Syariah	72	74,2	74,2	82,5
	S1 Akuntansi Syariah	15	15,5	15,5	97,9
	D3 Perbankan Syariah	1	1,0	1,0	99,0
	S1 Manajemen	1	1,0	1,0	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Dari data diatas, terdapat Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang jurusan S1 Ekonomi Islam sebanyak 8 mahasiswa atau 8,2% dari keseluruhan responden. Terdapat sebanyak 72 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 74,2% dari jurusan S1 Perbankan Syariah, sebanyak 15 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 15.5% dari jurusan S1 Akuntansi Syariah, terdapat sebanyak 1 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 1% dari jurusan D3 Perbankan Syariah dan sebanyak 1 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dari jurusan S1 Manajemen Syariah.

3) Angkatan

Dari kuesioner yang disebar maka dihasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

		Angkatan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	2016	78	80,4	80,4	80,4
	2017	17	17,5	17,5	97,9
	2018	1	1,0	1,0	99,0
	2019	1	1,0	1,0	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan data diatas kita ketahui dari keseluruhan responden terdapat 78 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 80,4% dari keseluruhan responden adalah angkatan 2016, sebanyak 17 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 17.5% adalah angkatan 2017, sebanyak 1 Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 1% adalah angkatan 2018, sebanyak 1 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang atau 1% dari keseluruhan responden adalah angkatan 2019.

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bahwa butir-butir pertanyaan kuesioner saling berkorelasi atau tidak. Uji baliditas dilakukan dengan membandingkan hasil korelasi skor jawaban masing-masing responden dengan total skor masing-masing variabel dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05 dan 0,01. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dilakukan valid atau berkorelasi. Uji validitas juga dilakukan dengan melihat nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka data dinyatakan valid atau berkorelasi. Hasil perhitungan dengan SPSS menunjukkan hasil korelasi sebagai berikut:

- 1) Variabel Fitur Layanan

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Layanan

Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Fitur Layanan 1	0,871	0,195	Valid
Fitur Layanan 2	0,767	0,195	Valid
Fitur Layanan 3	0,859	0,195	Valid
Fitur Layanan 4	0,759	0,195	Valid
Fitur Layanan 5	1,000	0,195	Valid

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Fitur Layanan memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195).

2) Variabel Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Kemudahan Penggunaan 1	0,826	0,195	Valid
Kemudahan Penggunaan 2	0,891	0,195	Valid
Kemudahan Penggunaan 3	0,861	0,195	Valid
Kemudahan Penggunaan 4	0,783	0,195	Valid
Kemudahan Penggunaan 5	0,811	0,195	Valid

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195).

3) Variabel Risiko

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Risiko

Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Risiko 1	0,831	0,195	Valid
Risiko 2	0,818	0,195	Valid
Risiko 3	0,822	0,195	Valid
Risiko 4	0,427	0,195	Valid
Risiko 5	0,273	0,195	Valid

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Risiko memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195).

4) Variabel Minat Menggunakan BRIS Online

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan BRIS Online

Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Minat Menggunakan BRIS Online 1	0,809	0,195	Valid
Minat Menggunakan BRIS Online 2	0,812	0,195	Valid
Minat Menggunakan BRIS Online 3	0,715	0,195	Valid
Minat Menggunakan BRIS Online 4	0,868	0,195	Valid
Minat Menggunakan BRIS Online 5	0,725	0,195	Valid

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Minat Menggunakan BRIS Online memiliki kriteria valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195).

4.2.3 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat ketetapan hasil pengukuran. Dalam menguji penelitian ini dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* atau nilai koefisien alpha realibilitas. Jika nilai (α) > 0,60 maka data dinyatakan reliabel.⁶⁰

Berikut adalah hasil uji reabilitas dari variabel fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang:

Tabel 4.8

Uji Reabilitas

⁶⁰ Ricki Yulardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian*, Innosain: Yogyakarta. 2017 Hlm.104

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	20

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

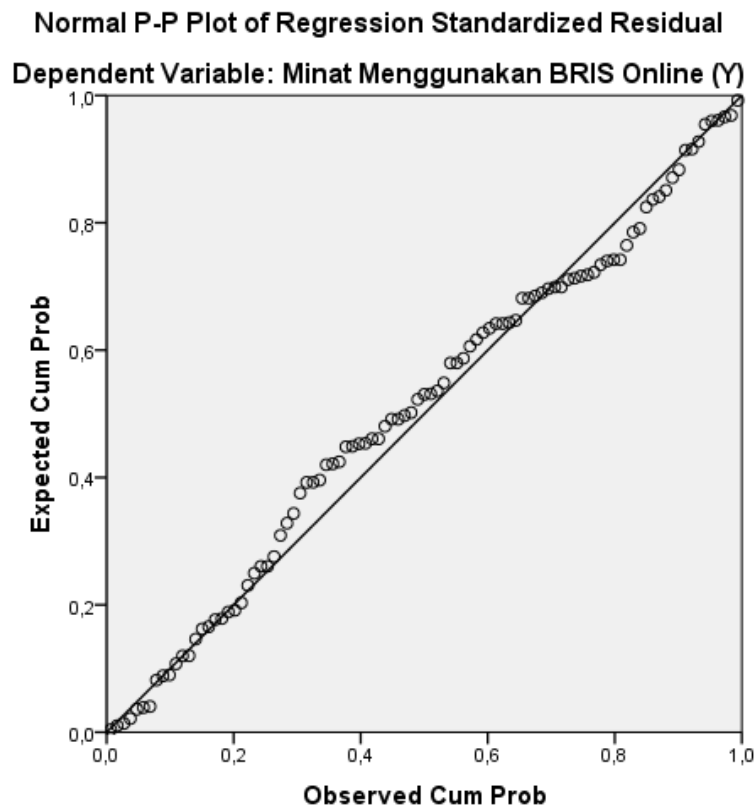
Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* atau nilai koefisien alpha reabilitas sebesar 0,871 lebih besar dari 0,6. Dengan demikian data dinyatakan reliabel sehingga dapat dilakukan uji selanjutnya.

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

4.2.5 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka residual tersebut telah normal. Uji normalitas data dengan menggunakan pengolahan SPSS menghasilkan grafik sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas Secara Grafik



Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah dengan garis diagonal menandakan bahwa model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel bebas (fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko) terhadap variabel terikat (minat menggunakan BRIS Online).

Untuk menegaskan hasil uji normalitas di atas maka peneliti melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Normalitas Dengan Cara Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	97

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,99572399
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,069
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,119 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized* residual memiliki nilai *asympt. Sign. (2-tailed)* 0,119 yang berarti $> 0,05$, hal ini membuktikan bahwa data penelitian ini terdistribusi secara normal.

4.2.6 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mendeteksi adanya problem multiko, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* serta besaran korelasi antar variabel independen.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,978	1,884		1,050	,296		
	Fitur Layanan(x1)	,569	,101	,610	5,606	,000	,401	2,492
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,157	,105	,164	1,503	,136	,398	2,514
	Risiko (x3)	,145	,066	,153	2,195	,031	,985	1,016

- a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)
Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *Coefficient* masing-masing variabel independen mamiliki VIF dengan nilai < 10 yaitu variabel fitur layanan sebesar 2,492, variabel kemudahan penggunaan sebesar 2,514 dan variabel risiko sebesar 1,016 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai *Tolerance* $> 0,10$ yaitu untuk variabel fitur layanan sebesar 0,401, variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,398 dan untuk variabel risiko sebesar 0,985. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.2.7 Uji Heteroskedastisitas

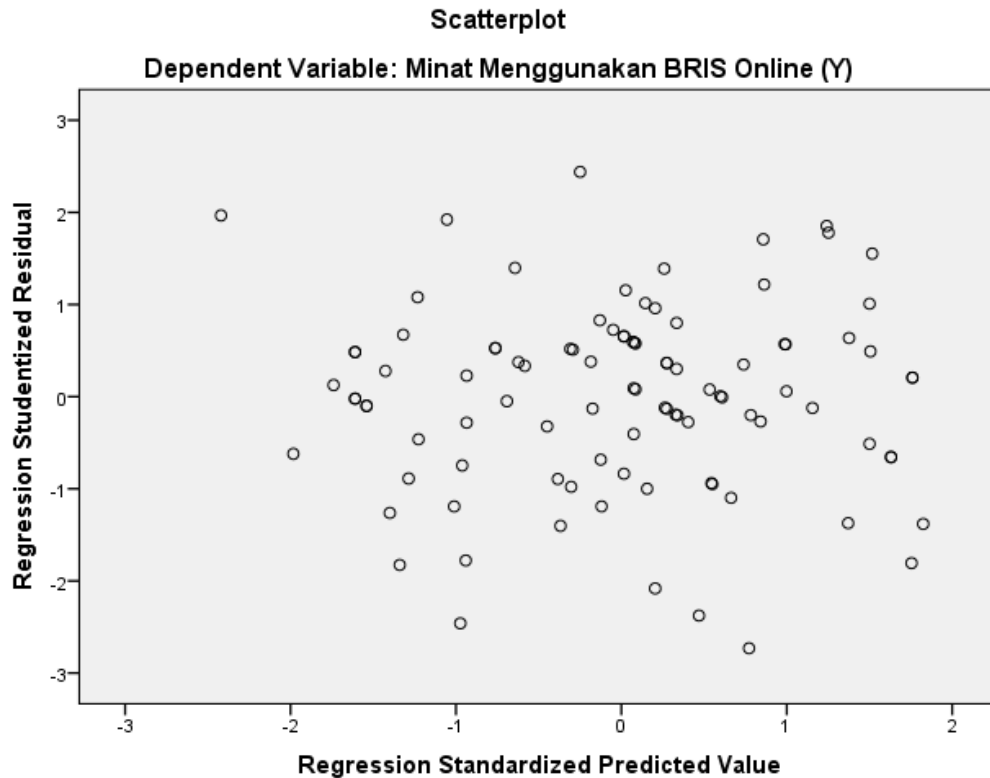
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan 2 langkah yaitu secara grafik dan secara statistik, adapun uji heteroskedastisitas adalah berikut:

a. Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik (*Scatterplot*)

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SREID dan ZPREID dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) dan telah di *studentized*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil *scatterplot* dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Hestersokedastisitas Secara Grafik



Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Dari grafik *scatterplot* yang ada pada gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hestersokedastisitas pada model regresi.

b. Uji Hestersokedastisitas Secara Statistik

Uji hesteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glesjer* yaitu dengan tujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas ada yang signifikan pada tingkat kekeliruan dibawah 5% mengindikasikan adanya gejala hestersokedastisitas dan jika nilai signifikan pada tingkat kekeliruan diatas 5% mengindikasikan tidak adanya gejala hestersokedastisitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil uji *Glesjer* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Hestersokedastisitas Secara Statistik (Uji *Glasjer*)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,622	1,393		,446	,657
	Fitur Layanan(x1)	-,045	,085	-,125	-,526	,602
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,027	,083	,078	,325	,746
	Risiko (x3)	-,019	,052	-,053	-,361	,720

a. Dependent Variable: Ln_Res

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Dari hasil output pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel fitur layanan (X1) sebesar 0,602, variabel kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,746, variabel risiko (X3) sebesar 0,720. Karena tingkat signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi hesteroskedastisitas atau disebut homokedastisitas.

4.2.8 Pengujian Hipotesis

4.2.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui diterima atau tidak hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah pengaruh fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat menggunakan BRIS Online. Untuk menguji hipotesis diterima atau tidak akan dilakukan uji regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS Versi 23 untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Hasil perhitungan dengan SPSS versi 23 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,978	1,884		1,050	,296
	Fitur Layanan(x1)	,569	,101	,610	5,606	,000
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,157	,105	,164	1,503	,136
	Risiko (x3)	,145	,066	,153	2,195	,031

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,978 + 0,569 X_1 + 0,157 X_2 + 0,145 X_3 + e$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta sebesar 1,978 berarti bahwa jika variabel fitur layanan, kemudahan penggunaan risiko memiliki nol maka minat mahasiswa menggunakan BRIS Online sebesar 1,978.
2. Nilai koefisien beta sebesar 0,569 pada variabel fitur layanan mengartikan bahwa jika fitur layanan semakin lengkap fasilitas transaksi, kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan dan biaya penggunaan fasilitas terjangkau maka minat mahasiswa dalam menggunakan BRIS Online akan meningkat sebesar 56,9%. Dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien beta sebesar 0,157 pada variabel kemudahan penggunaan mengartikan bahwa jika kemudahan penggunaan

semakin mudah digunakan, mudah dipelajari dan mudah dioperasikan maka minat mahasiswa dalam menggunakan BRIS Online akan meningkat sebesar 15,7%. Dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. Nilai koefisien beta sebesar 0,145 pada variabel risiko mengartikan bahwa jika semakin rendah risiko yang ditimbulkan, semakin rendah kerugian yang dirasakan maka minat mahasiswa dalam menggunakan BRIS Online akan meningkat sebesar 14,5%. Dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4.2.10 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen menerangkan variabel terikat atau variabel dependen secara individual. Dasar pengambilan uji statistik t adalah dengan melakukan perbandingan nilai signifikansi dari t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Jika nilai signifikansi t_{hitung} lebih besar dari 0,05 (signifikansi $t_{hitung} > 0,05$) maka H_0 diterima, sedangkan jika nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 (signifikansi $< 0,05$) maka H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Melalui hasil analisis maka dapat penjelasan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Model					

1	(Constant)	1,978	1,884		1,050	,296
	Fitur Layanan(x1)	,569	,101	,610	5,606	,000
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,157	,105	,164	1,503	,136
	Risiko (x3)	,145	,066	,153	2,195	,031

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)
Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Berdasarkan pada tabel hasil uji t di atas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Variabel Fitur Layanan (X₁) terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan BRIS Online (Y)

Fitur layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,606 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui t_{hitung} (5,606) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur layanan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online, artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara fitur layanan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online.

b. Pengaruh Variabel Kemudahan Penggunaan (X₂) terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan BRIS Online (Y)

Kemudahan penggunaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,503 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui t_{hitung} (1,503) < t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikansi 0,136 > 0,05. Sehingga hipotesis yang berbunyi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan

antara kemudahn penggunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online.

c. Pengaruh Variabel Risiko (X₃) terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan BRIS Online (Y)

Risiko memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,195 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui $t_{hitung} (2,195) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$. Nilai t negatif menunjukkan bahwa variabel risiko memiliki hubungan berlawanan dengan variabel minat mahasiswa menggunakan BRIS Online Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online.

4.2.11 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk mengukur besarnya variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, hasil uji hipotesis dalam pengujian ini adalah:

Tabel 4.17
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	481,723	3	160,574	39,056	,000 ^b
	Residual	382,360	93	4,111		
	Total	864,082	96			

- a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online
 - b. Predictors: (Constant), Risiko, Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan
- Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Uji Statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F digunakan untuk memenuhi semua pengaruh variabel independen yang

diuji pada tingkat signifikan 5%. Hasil uji koefisien signifikan simultan dapat dilihat pada tabel 4.17.

Nilai F_{hitung} yang diperoleh 39,056 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 maka dapat diketahui nilai F_{hitung} ($39,056 > F_{tabel}$ (2,70) dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka model regresi ini dapat dipakai untuk variabel minat mahasiswa menggunakan BRIS Online studi kasus Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat mahasiswa menggunakan BRIS Online.

4.2.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (minat mahasiswa menggunakan BRIS Online). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,747 ^a	,557	,543	2,02766	2,196

a. Predictors: (Constant), Risiko (x3), Fitur Layanan(x1), Kemudahan Penggunaan (x2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)

Sumber : data diolah dengan SPSS, 2020

Dengan diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,557. Hasil ini berarti variabel independen yaitu fitur layanan, kemudahan

penggunaan dan risiko hanya menjelaskan sebesar 55,7% terhadap variabel dependen yaitu minat mahasiswa menggunakan BRIS Online, sedangkan sisanya 44,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model ini.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Fitur Layanan (X1) Terhadap Minat Menggunakan BRIS *Online*.

Berdasarkan hasil uji t-statistik diatas, fitur layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,606 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui t_{hitung} (5,606) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel fitur layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan BRIS Online.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyo Ferry Wibowo, dkk tahun 2015 yang berjudul pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card (studi pada pengguna jasa commuterline di Jakarta). Hasil penelitiannya menunjukkan hipotesis pertama (H1) diterima, variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan dengan nilai t_{hitung} 9.842 dan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05). Pernyataan hipotesis kedua (H2) dapat diterima, maka variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan, dengan nilai t_{hitung} 10.296 dan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05). Pernyataan hipotesis ketiga (H3) dapat diterima, maka variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan, dengan nilai t_{hitung} 8.537 dan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05). Pernyataan hipotesis keempat (H4) dapat diterima, maka variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan, dengan nilai t_{hitung} 9.540 dan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05).

Dalam teori yang dikemukakan oleh Poon, fitur layanan menjadi faktor penting untuk meningkatkan kepercayaan nasabah untuk beralih

memutuskan untuk menggunakan transaksi online atau tidak. Ada beberapa desain indikator ketersediaan fitur suatu sistem, yaitu indikator kemudahan akses, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur dan inovasi produk, dimana semakin beragam fitur yang diberikan maka dapat meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam bertransaksi secara *online*.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) Terhadap Minat Menggunakan BRIS *Online*.

Variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,503 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui $t_{hitung} (1,503) < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikansi $0,136 > 0,05$ dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,157. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang menggunakan BRIS Online.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Habibi dan Achmad Zaky tahun 2015 yang berjudul pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah, pada penelitiannya Habibi menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. Nilai dari statistik dari konstruk persepsi kemudahan terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah adalah 0,139902 atau kurang dari 1,96 ($\leq 1,96$). Nilai T-Statistic 0,139902 tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (perceived ease of use) tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan mobile banking syariah. Berdasarkan Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa Hipotesis 3 tidak didukung. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Tjini (2013), Artha (2011) dan Wibowo (2007).

Dalam teorinya David mengemukakan bahwa persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi mudah digunakan dan dioperasikan serta tidak membutuhkan usaha yang lebih dalam mengaksesnya. Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang tingkat melek teknologi cukup tinggi, mereka sudah terbiasa dan

familiar terhadap teknologi sehingga dalam penggunaan suatu aplikasi akan mudah mengoperasikan.

3. Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan BRIS *Online*.

Variabel Risiko memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,195 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui $t_{hitung} (2,195) < t_{tabel} (1,985)$ dan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$ dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,145. Nilai t negatif menunjukkan bahwa variabel risiko memiliki hubungan berlawanan dengan variabel minat mahasiswa menggunakan BRIS Online Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam menggunakan BRIS Online.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chitra Laksmi Rithmaya tahun 2016 dengan judul pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko, dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan internet banking. Risiko terhadap minat ulang karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa risiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat ulang. Nilai korelasi parsial untuk risiko sebesar (0,632) artinya perubahan minat ulang mampu menjelaskan leh risiko sebesar 63,2%.

Dalam teori Idroes Ferry N mengemukakan bahwa risiko adalah suatu keadaan *uncertainly* yang menjadi pertimbangan individu dalam memutuskan atau tidak melakukan transaksi *online*. Jadi dapat disimpulkan Semakin tinggi dampak risiko yang ditimbulkan maka tingkat kepercayaan individu rendah, sebaliknya semakin rendah dampak yang ditimbulkan maka tingkat kepercayaan individu akan meningkat.

4. Pengaruh Fitur Layanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Risiko (X3) Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan BRIS *Online* (Y).

Dari hasil uji statistik F yang dilakukan tabel ANOVA menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh 39,056 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 maka dapat diketahui nilai $F_{hitung} (39,056) > F_{tabel} (2,70)$ dengan tingkat

signifikan 0,000 karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif yang menerangkan bahwa variabel fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat mahasiswa menggunakan BRIS Online.

Uji koefisien determinasi yang dilakukan dengan menghitung *adjusted R²* menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 0,557 yang mengartikan bahwa pengaruh variabel independen yaitu fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap variabel dependen yaitu minat mahasiswa menggunakan BRIS Online sebesar 55,7%, sedangkan sisanya 44,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dijabarkan dalam BAB IV maka dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel fitur layanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,606 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui t_{hitung} ($5,606$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,569. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online. Keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur dan inovasi produk, dimana semakin bagus, semakin keren dan beragam fitur layanan yang diberikan maka dapat meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam bertransaksi secara *online*.
1. Variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,503 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui t_{hitung} ($1,503$) $<$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,136 > 0,05$ dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,157. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online. Apabila penggunaan dari aplikasi ini mudah digunakan dalam pengoperasiannya maka dapat meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dalam bertransaksi secara *online*.
2. Variabel risiko memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,195 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,985. Maka diketahui t_{hitung} ($2,195$) $<$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi $0,031 > 0,05$ dan koefisien regresi memiliki nilai sebesar 0,145. Dari hasil tersebut menunjukkan

bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara risiko terhadap minat mahasiswa menggunakan BRIS Online. Jadi dapat disimpulkan semakin rendah dampak yang ditimbulkan maka tingkat kepercayaan individu akan meningkat.

3. Uji koefisien determinasi yang dilakukan dengan menghitung *adjusted R²* menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 0,557 yang mengartikan bahwa pengaruh variabel independen yaitu fitur layanan, kemudahan penggunaan dan risiko terhadap variabel dependen yaitu minat mahasiswa menggunakan BRIS Online sebesar 55,7%, sedangkan sisanya 44,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

1.2 Saran

5.2.1 Bagi pengembang produk layanan BRIS Online

Berdasarkan penelitian responden yang dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang dan kesimpulan yang diperoleh maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Fitur layanan memiliki nilai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan BRIS Online, maka dari itu perusahaan diharapkan lebih meningkatkan dari segi kelengkapan fitur yang tersedia, semakin lengkap fitur layanan maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
- b. Kemudahan penggunaan pada aplikasi BRIS Online diharapkan perusahaan tetap berusaha memepertahankan dan meningkatkan produk layanan BRIS Online yang berhubungan dengan nasabah. Hal ini agar nasabah terus berkelanjutan menggunakan fasilitas aplikasi BRIS Online.
- c. Variabel risiko memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BRIS Online meskipun tidak terlalu besar nilai uji variabel risiko, akan tetapi risiko yang ada pada aplikasi BRIS Online dapat diminimalisir

agar pengguna merasa nyaman dan aman saat bertransaksi.

- d. Pihak bank perlu melakukan sosialisasi pelayanan M-banking di masyarakat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan untuk menggunakan M-Banking.

5.2.2 Bagi Peneliti Lain

Agar penelitian ini dapat berkembang maka peneliti memberikan saran kepada peneliti lain agar dapat mengembangkan penelitian ini, saran tersebut adalah:

1. Peneliti selanjutnya agar mengembangkan penelitian ini menggunakan faktor-faktor lain selain dalam penelitian ini yang mempengaruhi minat bertransaksi menggunakan *M-Banking*.
2. Peneliti selanjutnya agar mengembangkan penelitian ini dengan memilih objek yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anendro, Imam. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016.
- Andi, Mappiare. Psikologi Orang Dewasa, Surabaya: Usaha Nasional, 1983.
- Ariani, Meiliyah dan Zulhawati. Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay. Jurnal, Conference on Management and Behavioral Studies, Universitas Tarumanegara, Jakarta. ISSN No. 2541-3406, e-ISSN No. 2541285x, 2017.
- Arikunto, Suharsim. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Ajzen, Ick, The Theory of Planned Behavior, Organization Behavior and Human Decision Processes Journal. Vol. 50. No.2:179-211, 1991.
- Bimo, Walgito. Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1981.
- Brisyariah.co.id
- Davis, Fred D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology, MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5, 1989.
- Fahmi, Irham. Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fatmawati, Endang. Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan, Jurnal Iqra', Vol. 09, No. 01, 2015.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Yrama Widya, 2011

- Hadi, Syamsul, N Novi. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*,5(1), 2015.
- Hanifa, Fanni Husnul et al. Efektifitas Layanan Internet Banking Berdasarkan Persepsi Konsumen: Studi Pada Nasabah PT. Bank Mandiri dan PT. Bank Negara Indonesia Tahun 2013, *E-Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Universitas Telkom 2014.
- Hanif et al. Analisis Minat Pengguna Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang Telah Dimodifikasi, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, 2017.
- Hasil wawancara dengan mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tanggal 27 Februari 2020.
- Harlan, Dwimastia. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsi terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-banking pada UMKMDi Kota Yogyakarta. Skripsi, FE UNY.
- Istiarni, Pangih Dwi. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap penggunaan Sebagai Variabel Intervening. Skripsi FEB UNDIP Semarang, 2014.
- Idroes, Ferry N. Manajemen Resiko Perbankan : Pemahaman Pendekatan 3 Pilar Kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi dan Pelaksanaannya di Indonesia. PT Raja Grafindo Persada.Jakarta, 2008.
- Jogiyanto. Sistem Informasi Keperilakuan, Yogyakarta: Andi, 2007.
- Karim, Mustofa Abdul. Pengaruh Sistem Pembayaran Go-pay Menggunakan TAM (Technology Acceptence Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek. Skripsi FE UII, 2017.
- Khakim, Abdul. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan Dan Kelompok Referensi Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Grobogan, Salatiga: IAIN Salatiga, 2016.

- Kotler, et al. *Marketing Management, Global Edition 15e*, Pearson Education International.Inc, United States, 2016.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Mahmud, Dimiyati. *Psikologi Suatu Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Mulyana, Yusuf Fitra. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online*. Skripsi, FE UNDIP, Semarang, 2016.
- Nizar, Muhammad Afdi. *Teknologi Keuangan: Konsep dan Implementasinya di Indonesia*, Warta Fiskal Edisi V, Kementrian Keuangan, 2017.
- Nurhasanah, Siti. *Praktikum statistika 2 untuk ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Novi, Syamsul Hadi. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Skripsi, (Universitas Islam Indonesia, 2015).
- Pavlou, Paul A. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating, Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*, *International journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, 2010.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftakhul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Poon, W. C. *User adaption og e-banking services*, *Journal Of Business & Industrial Marketing*, Vol.23, No.1, the Malaysian perspective, 2008.
- Ramadhan, Reza dan Sri Herianingrum. *Persepsi Kemudahan, Penggunaan, PersepsiKredibilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)*, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol. 4, No. 6, 2017.
- Riswandi, Budi Agus. *Aspek hukum internet banking*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005.
- Saputri, Ainun Fika Budi Aji. *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*

- (Studi pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia.com), Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B, Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cet. 23, Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- Suliyanto. Statistika Non Parametrik, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Sugiono dan Agus Susanto. Cara Mudah Belajar SPSS dan LISREAL, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sunyoto, Danang. Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Supranto, Johannes. Teknik Pengambilan Keputusan. Jakarta: Rineka Cipta, 2009
- Suryabrta, Sumadi. Psikologi Pendidikan, Jakarta : PT. Grafindo Perkasa rajawali, 2002.
- Tjiptono, et al. Pemasaran Strategik, Yogyakarta: Andi, 2012.
- Wibiadila, Ikbar. Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Mandiri Syariah Cabang Solo, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016.
- Wulandari, Novitasari Putri dan Nadya Novandriani Karina Moeliono. Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung, Jurnal Bisnis dan Iptek, Vol. 10, No. 2, 2017.
- Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni. Statistika Penelitian, Yogyakarta : Innosain,2017.

DAFTAR LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya mahasiswa UIN Walisongo Semarang Jurusan Perbankan Syariah:

Nama : Muslichah

Nim : 1605036047

Saat ini sedang melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk BRIS ONLINE**

(Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo Semarang) “.

Sehubungan dengan itu, saya menharap bantuan dari teman-teman untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan penilaian secara obyektif. Setiap informasi yang teman-teman isikan pada kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan murni digunakan untuk keperluan penelitian skripsi saya semata.

Demikian, atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih. Jazakumullah Khairan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Penulis

Muslichah

Identitas Responden

1. Nama :
2. NIM :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Fakultas :

Petunjuk Pengisian:

Mohon memberikan tanda (●) pada jawaban Anda masing-masing

Keterangan Jawaban

1. Sangat tidak setuju = STS
2. Tidak setuju = TS
3. Ragu-ragu = RG
4. Setuju = S
5. Sangat setuju = SS

No	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	RG	S	SS
Fitur Layanan						
1	Saya merasa fitur-fitur layanan BRIS Online mudah dipelajari dan mudah dimengerti					
2	Fasilitas layanan BRIS Online sesuai dengan kebutuhan nasabah					
3	Bank menyediakan fitur-fitur layanan yang lengkap					
4	Transaksi menggunakan BRIS Online lebih menghemat biaya					
5	BRIS Online menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi					
Kemudahan Penggunaan						
6	Saya rasa aplikasi BRIS Online sangat mudah digunakan					
7	Tampilan aplikasi BRIS Online sangat mudah dimengerti dan					

	tidak dibutuhkan banyak usaha untuk mengaksesnya					
8	Saya rasa sistem layanan BRIS Online mudah dioperasikan					
9	Menggunakan BRIS Online sangat menghemat waktu dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun					
10	Saya rasa menggunakan aplikasi BRIS Online sangat fleksibel dan praktis					
Risiko						
11	Saya rasa penggunaan BRIS Online sangat berisiko					
12	Risiko yang ditimbulkan dari BRIS Online sangat tinggi, sehingga saya harus berhati-hati dalam menggunakannya					
13	Risiko yang ditimbulkan dari penggunaan BRIS Online sangat merugikan					
14	Bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui aplikasi BRIS Online					
15	BRIS Online memiliki keamanan yang tinggi					
Minat Menggunakan BRIS Online						
16	Saya tertarik menggunakan BRIS Online karena fitur-fitur layanan yang ditawarkan lengkap dan menarik					
17	Aplikasi BRIS Online sangat memudahkan transaksi yang saya lakukan sehingga saya akan selalu mencoba menggunakannya					
18	Saya selalu mencoba menggunakan BRIS Online karena selalu ada penawaran menarik					
19	BRIS Online sangat sesuai dengan kebutuhan saya					
20	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan BRIS Online dimasa yang akan datang					

No Re sp on de n	Fitur Layanan (X1)					Kemudahan Penggunaan (X2)					Risiko (X3)					Minat Menggunakan BRIS Online (Y)				
	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5
1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	5	5	4	3	3	4	5	2	3	3	4	4	5	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4
6	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3
7	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3
11	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	5	2	4	4	4	4	3	4	4
14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3
15	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	1	4	5	5	5	3	4	4
17	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	5
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	1	5	5	5	4	4	4	4
20	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3
21	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	1	2	1	4	4	5	4	4	4	4
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
25	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2

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

57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1	4	4	4	4	5	4	4
58	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	3	4	3
62	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
65	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
66	5	2	2	4	2	5	5	5	5	5	1	2	1	5	5	2	3	2	1	4
67	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
68	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3
69	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	2	5	5	5	5	4	5	4
71	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5
72	3	3	3	3	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
73	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	1	1	2	5	5	2	5	1	5	5
76	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	2	2	3	5	4	4	5	4
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
78	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	1	2	1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4
81	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	4	4	4	3
82	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4
83	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
84	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	1	2	2	3	3	3	3	2	3	4
85	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
86	3	3	1	2	3	3	3	2	2	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	2
87	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3

88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
91	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4
92	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
93	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
94	4	4	3	3	5	5	4	4	1	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3
95	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2
96	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5
97	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4

1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	26	26,8	26,8	26,8
Perempuan	71	73,2	73,2	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Jurusan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S1 Ekonomi Syariah	8	8,2	8,2	8,2
S1 Perbankan Syariah	72	74,2	74,2	82,5
S1 Akuntansi Syariah	15	15,5	15,5	97,9
D3 Perbankan Syariah	1	1,0	1,0	99,0
S1 Manajemen Syariah	1	1,0	1,0	100,0
Total	97	100,0	100,0	

Angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2016	78	80,4	80,4	80,4
2017	17	17,5	17,5	97,9
2018	1	1,0	1,0	99,0
2019	1	1,0	1,0	100,0
Total	97	100,0	100,0	

2. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Menggunakan BRIS Online (Y)	18,6495	3,00014	97
Fitur Layanan(x1)	19,4124	3,22022	97

Kemudahan Penggunaan (x2)	20,4330	3,13883	97
Risiko (x3)	16,6804	3,15419	97

3. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,583**	,669**	,615**	,871**	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	,583**	1	,537**	,441**	,767**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	,669**	,537**	1	,640**	,859**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	,615**	,441**	,640**	1	,759**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	,871**	,767**	,859**	,759**	1	1,000**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_X1	Pearson Correlation	,871**	,767**	,859**	,759**	1,000**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,733**	,671**	,477**	,600**	,826**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	,733**	1	,766**	,569**	,652**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	,671**	,766**	1	,583**	,587**	,861**
	Sig. (2-tailed)						
	N	97	97	97	97	97	97

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	,477**	,569**	,583**	1	,572**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	,600**	,652**	,587**	,572**	1	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_X2	Pearson Correlation	,826**	,891**	,861**	,783**	,811**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,720**	,803**	,019	-,072	,831**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,852	,481	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	,720**	1	,701**	,137	-,103	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,181	,314	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	,803**	,701**	1	,022	-,090	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,829	,382	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	,019	,137	,022	1	,473**	,427**
	Sig. (2-tailed)	,852	,181	,829		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	-,072	-,103	-,090	,473**	1	,273**
	Sig. (2-tailed)	,481	,314	,382	,000		,007
	N	97	97	97	97	97	97
Total_X3	Pearson Correlation	,831**	,818**	,822**	,427**	,273**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,007	
	N	97	97	97	97	97	97

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,576**	,578**	,616**	,426**	,809**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	,576**	1	,371**	,731**	,505**	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	,578**	,371**	1	,513**	,365**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	,616**	,731**	,513**	1	,540**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	,426**	,505**	,365**	,540**	1	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_Y	Pearson Correlation	,809**	,812**	,715**	,868**	,725**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

4. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	20

5. Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,99572399
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,069
	Negative	-,081

Test Statistic	,081
Asymp. Sig. (2-tailed)	,119 ^c

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

Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,978	1,884		1,050	,296		
	Fitur Layanan(x1)	,569	,101	,610	5,606	,000	,401	2,492
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,157	,105	,164	1,503	,136	,398	2,514
	Risiko (x3)	,145	,066	,153	2,195	,031	,985	1,016

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)

Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,622	1,393		,446	,657
	Fitur Layanan(x1)	-,045	,085	-,125	-,526	,602
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,027	,083	,078	,325	,746
	Risiko (x3)	-,019	,052	-,053	-,361	,720

a. Dependent Variable: Ln_Res

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,978	1,884		1,050	,296
	Fitur Layanan(x1)	,569	,101	,610	5,606	,000
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,157	,105	,164	1,503	,136
	Risiko (x3)	,145	,066	,153	2,195	,031

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)

Uji Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,978	1,884		1,050	,296
	Fitur Layanan(x1)	,569	,101	,610	5,606	,000
	Kemudahan Penggunaan (x2)	,157	,105	,164	1,503	,136
	Risiko (x3)	,145	,066	,153	2,195	,031

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)

Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	481,723	3	160,574	39,056	,000 ^b
	Residual	382,360	93	4,111		
	Total	864,082	96			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online

b. Predictors: (Constant), Risiko, Fitur Layanan, Kemudahan Penggunaan

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,747 ^a	,557	,543	2,02766	2,196

a. Predictors: (Constant), Risiko (x3), Fitur Layanan(x1), Kemudahan Penggunaan (x2)

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan BRIS Online (Y)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Muslichah
2. Tempat / Tanggal Lahir : Kendal, 17 Mei 1997
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Slamet RT 03 / RW 08, Desa Meteseh, Kec.
Boja, Kab.Kendal
5. No. Telp/ WA : 088225406007 / 082325094917

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD Negeri 05 Meteseh, Boja, Kendal (2004-2009)
 - b. SMP Negeri 1 Singorojo, Kendal (2009-2012)
 - c. Ma Nu 04 Al-Ma'arif Boja, Kendal (2012-2015)
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Al-Mabrur Boja, Kendal

Semarang, 17 Juni 2020

Muslichah

NIM. 1605036047