

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN MANFAAT TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN E-BANKING DI BANK SYARIAH
INDONESIA KCP PATI KUTOHARJO PERIODE TAHUN 2022-2023**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

ANTIKA DWI PRATIWI

1905036084

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Antika Dwi Pratiwi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Antika Dwi Pratiwi

NIM : 1905036084

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN DAN MANFAAT TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN E-BANKING DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PATI KUTOHARJO PERIODE TAHUN 2022-2023

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 15 Maret 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Wahab, MM.
NIP. 196909082000031001

Farah Amalia, SE, MM.
NIP. 199401182019032026



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. (024) 7601291

PENGESAHAN

Nama : Antika Dwi Pratiwi
NIM : 1905036084
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Pengetahuan Dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking Di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo Periode Tahun 2022-2023"

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 10 April 2023

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 13 April 2023

Ketua Sidang

Naili Sa'adah, S.E., M.Si, Akt.

NIP. 198803312019032012

Sekretaris Sidang

Farah Amalia, S.E., MM.

NIP. 199401182019032026

Penguji Utama I

Heny Yuningrum, S.E., M.Si

NIP. 198106092007102005

Penguji Utama II

Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.

NIP. 196904201996031002

Pembimbing I

Dr. H. Wahab, MM.

NIP. 196909082000031001

Pembimbing II

Farah Amalia, S.E., MM.

NIP. 199401182019032026





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

*Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7606454 Semarang 50193
Website : febi.walisongo.ac.id - Email : febi@walisongo.ac.id*

Nomor : 1480/Un.10.5/D.1/TA.00.01/4/2022 27 April 2022
Lampiran : -
Hal : Pemunjukan menjadi Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.
Dr. Wahab, MM
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal tugas akhir mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Antika Dwi Pratiwi
NIM : 1905036084
Program Studi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN E-BANKING PADA BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Sumber Kec. Sumber Kab. Rembang)

Maka, kami berharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan tugas akhir.

Untuk membantu tugas saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II saudara Farah Amalia, SE., MM.

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

An: Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

NUR FATHONIH

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya” (QS. AL-Baqarah: 286)

“Kita dilahirkan untuk menjadi nyata, bukan untuk menjadi sempurna”
(Min Yoongi)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. Penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini tidaklah mudah, banyak orang-orang baik yang selalu membantu penulis dalam hal memotivasi maupun doa. Dengan penuh rasa syukur, penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sarnawi dan Ibu Wartini yang dengan ketulusanya mencintai dan menyayangi saya, memotivasi saya, selalu mensupport saya, dan tak pernah lepas mendoakan kesuksesan saya. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan keselamatan dunia akhirat.
2. Adik saya, Ridho Syaiful Dava yang telah memberikan saya kekuatan serta dukungan. Semoga menjadi anak yang sholeh dan tercapai cita-citanya.
3. Kedua dosen pembimbing saya Bapak Dr. H. Wahab, MM. dan Ibu Farah Amalia, SE. MM. yang dengan sabar telah membimbing dan selalu mengusahakan yang baik untuk saya.
4. Keluarga besar saya, yang turut memberikan, memotivasi, mendoakan dan selalu mensupport saya.
5. Teman-teman baik saya, yang turut memberikan doa dan support.
6. Sahabat-sahabatku prodi S1 Perbankan Syariah angkatan 2019.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan dan benar-benar karya penulis. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan

Semarang, 15 Maret 2023

Deklarator



Antika Dwi Pratiwi

NIM 1905036084

TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

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

B. Vokal

َ - = a

ِ - = i

ُ - = u

C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (ّ -)

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

E. Kata Sandang (...ال)

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

F. Ta'Marbuthah (ة)

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

ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi di dunia yang semakin berkembang dan canggih dengan memberikan teknologi yang dapat membuat semua hal menjadi lebih cepat dan lebih mudah. Dunia perbankan di Indonesia juga memberikan penawaran kemudahan bagi nasabah dengan memberikan fitur yang canggih dan beragam. Untuk meningkatkan pelayanannya, Bank syariah berupaya untuk meningkatkan teknologi informasi sebagai penunjang bagi pelayanan jasa dengan menyediakan layanan *E-Banking*. Meskipun saat ini *E-Banking* menawarkan berbagai kemudahan yang dapat memberikan manfaat bagi nasabah, namun masih banyak nasabah yang belum menggunakan layanan *E-Banking*. Hal ini diduga disebabkan oleh beberapa faktor yang dapat menyebabkan pengguna *E-Banking* belum tersebar luas. Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada responden secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dengan kriteria nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo dan nasabah yang minat menggunakan layanan *E-Banking*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel pengetahuan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Dimana diperoleh nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,348 > 1,984$) dengan nilai sig. $0.021 < 0,05$ (5%). Variabel manfaat (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Dimana diperoleh nilai t-hitung $>$ t-tabel ($5,230 > 1,984$) dengan nilai sig. $0.000 < 0,05$ (5%).

Kata Kunci : Pengetahuan, Manfaat, Minat, E-Banking

ABSTRACT

In the era of technological development in a world that is increasingly developing and sophisticated by providing technology that can make all things faster and easier. The banking world in Indonesia also offers convenience for customers by providing sophisticated and various features. To improve its services, Islamic banks seek to improve information technology as a support for services by providing E-Banking services. Even though currently E-Banking offers various facilities that can provide benefits to customers, there are still many customers who have not used E-Banking services. This is thought to be caused by several factors that may cause E-Banking users to not be widespread. The purpose of this study was to determine the effect of knowledge and benefits on customers' interest in using E-Banking.

The research method used in this research is field research using a quantitative approach. The primary data in this study were obtained by distributing questionnaires to the respondents directly. The population in this study were customers of Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo with a sampling technique that is purposive sampling with the criteria of Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo customers and customers who are interested in using E-Banking services. The number of samples taken was 100 respondents to Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo customers.

The results of this study indicate that the knowledge variable (X1) has a positive and significant effect on customer interest in using Bank Syariah Indonesia E-Banking KCP Pati Kutoharjo. Where is the value of $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($2.348 > 1.984$) with a sig. $0.021 < 0.05$ (5%). The benefit variable (X2) has a positive and significant effect on customer interest in using Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo E-Banking. Where is the value of $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($5.230 > 1.984$) with a sig. $0.000 < 0.05$ (5%).

Keywords : Knowledge, Benefits, Interest, E-Banking

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-Banking Di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo Periode Tahun 2022-2023” dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Sarjana (Strata 1) Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari dalam keberhasilan menyelesaikan skripsi ini terdapat adanya dukungan, saran dan bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Henny Yuningrum, S.E., M.Si. selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Muyassarah, M.Si., selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. H. Wahab, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa sabar memberikan arahan dan kepeduliannya dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

6. Ibu Farah Amalia, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa sabar memberikan arahan dan kepedulian dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yang telah memberikan izin penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh pihak yang telah membantu, memberikan masukan dan memberikan dukungan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT membalas dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis meminta maaf atas segala kekurangan tersebut. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi referensi penelitian dan bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, 15 Maret 2023

Penulis,

Antika Dwi Pratiwi

NIM 1905036084

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
<u>PENGESAHAN</u>.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I.....	1
1. 1 Latar Belakang Masalah	1
1. 2 Rumusan Masalah	7
1. 3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. 3.1 Tujuan	7
1. 3.2 Manfaat Penelitian	7
1. 4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	9
2. 1 Kerangka Teori.....	9
2. 2 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 2.1	23
2. 3 Kerangka Berpikir	30
2. 4 Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....	34

3. 1	Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	34
3. 2	Populasi dan Sampel	36
3. 3	Metode Pengumpulan Data	38
3. 4	Variabel Penelitian dan Pengukuran	41
3. 5	Teknik Analisis Data	43
BAB IV	50
4. 1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4. 2	Deskripsi Responden Dan Karakteristik Responden.....	56
4.2.1	Deskripsi Responden.....	56
4.2.2	Karakteristik Responden	57
4. 3	Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.3.1	Uji Validitas	60
4.3.2	Uji Reliabilitas	62
4. 4	Uji Asumsi Klasik	63
4.4.1	Uji Normalitas	63
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	65
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	66
4. 5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4. 6	Uji Hipotesis.....	69
4.6.1	Uji T	69
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4. 7	Pembahasan Hasil Analisis Data	72
BAB V	75
5. 1	Kesimpulan.....	75
5. 2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Pengukuran	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji R ²	71

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Persentase 10 Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia Tahun 2022	3
Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas	64
Grafik 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan atau lembaga penghimpun dana dari masyarakat yang pelaksanaan kegiatannya berdasarkan pada prinsip syariah. Berdasarkan UU No. 21 Pasal 1 Ayat 1 Tahun 2008 “Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Perbankan Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.¹ Bank Syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam yang berlandaskan pada Al-Qur’an dan Hadist. Dimana bank Syariah menggunakan sistem bagi hasil, berbeda dengan Bank Konvensional yang menerapkan sistem bunga. Prinsip inilah yang menjadi landasan utama bagi Bank Syariah dalam setiap kegiatan operasionalnya baik itu dalam pembiayaan maupun pengerahan dananya.²

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi di dunia juga semakin berkembang dengan memberikan teknologi serba canggih yang membuat semua hal menjadi lebih cepat dan lebih mudah. Dalam dunia perbankan di Indonesia juga memberikan penawaran kemudahan bagi nasabah dengan memberikan fitur yang canggih dan beragam. Tidak kalah unggul dengan bank konvensional dalam bidang pelayanan, bank syariah juga memberikan inovasi terbaru dalam bidang teknologi untuk memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Dalam meningkatkan pelayanannya, Bank syariah berupaya untuk meningkatkan teknologi informasi sebagai penunjang bagi pelayanan jasa. Sebagai salah

¹ Ayuk Wahdanfiari Adibah, “Studi Analisis Pembentukan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Dalam Perspektif Politik Hukum Nasional,” *Jurnal Perbankan Syariah*, no. 21 (2016). h.8

² Nunung Rodiyah, Murniati, Rilda, and Ade Oktariatas KY, *Hukum Perbankan Syariah; Tinjauan Teoritis Dan Aspek Hukum Nasional*, pertama. (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2019).

satu bentuk peningkatan teknologi informasi yang ada di perbankan syariah adalah dengan adanya *E-Banking* atau *Electronik Banking*.³

E-Banking adalah fasilitas yang disediakan oleh bank kepada nasabahnya berupa layanan secara elektronik atau dengan menggunakan media internet.⁴ Hampir semua bank syariah di Indonesia saat ini sudah memiliki layanan *E-Banking*. Hal ini tentunya sejalan dengan tren perkembangan media sosial dan kebijakan yang ada untuk melakukan pengarahannya kepada masyarakat untuk melakukan transaksi secara non tunai, sehingga banyak pelaku ekonomi memanfaatkan layanan perbankan yang lebih efisien dan efektif melalui *E-Banking*.⁵ *E-Banking* terbagi kedalam beberapa jenis yaitu ATM (*Automatic Teller Machine*), *Internet Banking*, *SMS Banking*, *Phone Banking*, dan *Mobile Banking*. Transaksi melalui *E-Banking* ini dapat dilakukan kapan dan dimana saja tanpa memperdulikan tempat dan waktu. *E-Banking* dapat diakses melalui komputer, laptop, ataupun telepon seluler selama terhubung dengan internet. Transaksi menggunakan layanan *E-Banking* juga tidak mengharuskan nasabah untuk datang langsung ke tempat bank yang bersangkutan.⁶

Perbankan syariah di Indonesia yang menyediakan layanan *E-Banking* salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia resmi didirikan pada tanggal 1 Februari tahun 2021 yang merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia

³ Nina Rizky, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng," *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* 9, no. 2 (2018): 191–202.

⁴ M Yusuf S Barusman, "Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari Structure-Conduct-Performance Paradigm Di Indonesia," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (2013). h.6

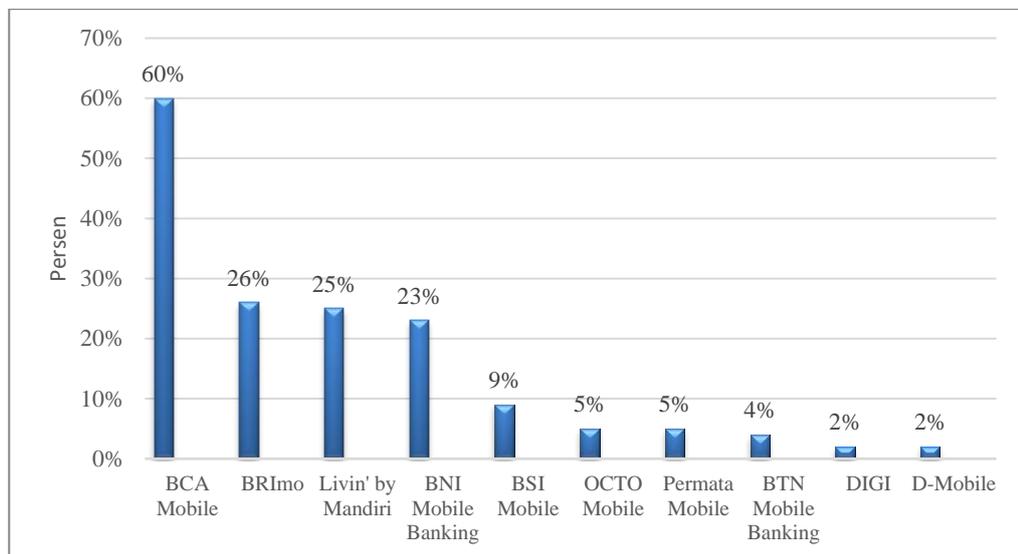
⁵ Bhalqis Nagib, M Faisyal Abdullah, and Rahmad Hakim, "Determinan Pengaruh Brand Image , Fitur Layanan , Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Di Bank," *International Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)* 1, no. 1 (2021): 1–9.

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, "Bijak Ber-EBanking," *Otoritas Jasa Keuangan* (2015): h.1–5.

menyadari bahwa perkembangan teknologi menjadi sebuah terobosan yang perlu untuk diikuti dan dikembangkan.⁷ Hal ini terlihat dari fasilitas *E-Banking* yang ditawarkan seperti BSI Mobile, ATM, BSI Net, dan BSI Aisyah.

Implementasi layanan *E-Banking* di Indonesia terbilang cukup sukses. Populix menyatakan bahwa masyarakat Indonesia lebih cenderung menggunakan layanan *E-Banking* di perbankan dibanding dompet digital (e-wallet). Co-Founder dan CEO Populix mengatakan bahwa layanan *E-Banking* di perbankan menjadi saluran pembayaran pilihan masyarakat di semua rentang usia. Dan salah satu aplikasi yang masuk ke dalam jajaran 10 aplikasi *Mobile Banking* paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dalam posisi ke 5 pada tahun 2022 adalah salah satu jenis layanan E-Banking yang ada di Bank Syariah Indonesia yaitu BSI Mobile.⁸

Grafik 1.1
Persentase 10 Aplikasi *Mobile Banking* Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia Tahun 2022



Sumber: <https://info.populix.co>.

⁷ Bank Syariah Indonesia, “Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia,” *Bankbsi.Co.Id*, accessed November 22, 2022, <https://www.bankbsi.co.id/>.

⁸ Populix, “Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps” (2022): 1–18, <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/>.

Akan tetapi data yang telah dikeluarkan oleh populix ini berbanding terbalik dalam laporan yang sudah dikeluarkan Hootsuite.com (<https://www.hootsuite.com/>) pada bulan Februari tahun 2022 memperlihatkan bahwa pengguna layanan keuangan perbankan (E-Banking) di Indonesia masih terbilang rendah yaitu sebesar 28,8%, sedangkan sisanya menggunakan jenis layanan digital keuangan selain perbankan.⁹ Hal ini juga didukung dengan pemaparan dari Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Kumparan Bisnis mengenai jumlah rekening nasabah di Bank Syariah Indonesia sebesar 17 juta di tahun 2022 dengan pengguna *E-Banking* yang belum mencapai total keseluruhan nasabah yaitu sebesar 4,44 Juta pengguna.¹⁰

Dalam lingkup yang lebih kecil masalah ini terjadi pada Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo dimana kurangnya minat nasabah BSI KCP Pati Kutoharjo terhadap E-Banking. Kurangnya minat ini dapat dilihat dari nasabah yang lebih cenderung melakukan transaksi secara manual dengan teller dibandingkan bertransaksi menggunakan sistem layanan *E-Banking* yang sudah disediakan. Meskipun disediakan layanan yang lengkap seperti ATM, BSI Mobile dan BSI Net namun nasabah masih melakukan transaksi setor dan tarik tunai melalui teller baik itu dengan nominal yang kecil maupun besar. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian di bank BSI KCP Pati Kutoharjo.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa meskipun saat ini *E-Banking* menawarkan berbagai kemudahan yang dapat memberikan manfaat bagi nasabah, namun masih banyak nasabah yang belum menggunakan layanan *E-Banking*. Hal ini diduga disebabkan oleh beberapa faktor seperti faktor geografis, nasabah yang masih ragu untuk menggunakan layanan *E-Banking* karena kurangnya pengetahuan dalam transaksi perbankan,

⁹ Simon Kem, "Digital 2022 Indonesia," 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>.

¹⁰ kumparanBISNIS, "Bank Syariah Indonesia Targetkan 40 Juta Nasabah Di 2025," *Kumparan.Com*, last modified 2022, accessed November 30, 2022, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/bank-syariah-indonesia-targetkan-40-juta-nasabah-di-2025-1ytaHFKE1xz/1>.

ketidaktahuan akan manfaat yang akan diperoleh, masih merasa nyaman bertransaksi di bank secara langsung, dan tidak fasih dalam penggunaan teknologi sehingga hal ini menyebabkan pengguna *E-Banking* belum tersebar luas.¹¹

Mowen dan Minor, menyatakan bahwa pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dan informasi tentang produk dan jasa yang dimiliki oleh seorang nasabah. Dijelaskan bahwa nasabah yang memiliki pengetahuan yang baik, maka akan lebih mudah untuk menerima berbagai informasi mengenai layanan terbaru yang diberikan. Menurut Durkin and Howcroft tingkat pengetahuan nasabah serta akses terhadap informasi adalah kunci sukses untuk menerapkan inovasi terbaru dalam dunia perbankan. Karena pada prinsipnya teknologi merupakan sarana potensi untuk mempermudah nasabah terhadap akses layanan jasa bank.¹²

Kurangnya pengetahuan nasabah tentang layanan *E-Banking*, hal ini bisa menjadi salah satu alasan yang mengakibatkan nasabah tidak minat untuk menggunakan *E-Banking*. Seperti yang dikemukakan oleh Howcroft bahwa kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tentang layanan E-Banking dapat menjadi faktor nasabah tidak menggunakan layanan *E-Banking* yang disediakan oleh bank. Dari beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa pengetahuan menjadi salah satu faktor yang paling sering berpengaruh secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan *E-Banking*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Fitri Waluyoningrum dengan hasil penelitian yaitu variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E-Banking* pada nasabah.¹³ Sebaliknya menurut peneliti Arnold Arnando dalam

¹¹ Telkomsel Digiads, "Mengenal Lebih Dekat Pengguna Perbankan Digital Di Indonesia," *Digiads.Id*, last modified 2022, accessed November 30, 2022, <https://digiads.id/insight/mengenal-lebih-dekat-pengguna-perbankan-digital-di-indonesia>.

¹² Mieke Suharini, "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking," *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 15, no. 3 (2011). h.169

¹³ Fitri Waluyoningrum, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Banking Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus" (IAIN Kudus, 2021).

penelitiannya menyatakan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan online.¹⁴

Manfaat merupakan sejauh mana nasabah percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Seperti yang dikemukakan oleh Davis bahwa manfaat merupakan tingkat dimana seorang nasabah berpikir dengan menggunakan sebuah sistem atau layanan teknologi dapat meningkatkan kinerja dan dapat membentuk kepuasan pada dirinya. Dengan kata lain manfaat merupakan tingkat dimana seorang nasabah beranggapan bahwa dengan menggunakan layanan *E-Banking* akan memperoleh manfaat yang dapat meningkatkan kinerjanya. Sehingga, semakin besar manfaat yang dapat diberikan layanan *E-Banking* maka akan semakin besar minat nasabah untuk menggunakannya.¹⁵ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Siska Dewi variabel manfaat terdapat atau memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *E-Banking*.¹⁶ Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino bahwa variabel manfaat tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking.¹⁷

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul: **“PENGARUH PENGETAHUAN DAN MANFAAT TERHADAP MINAT**

¹⁴ Arnold Arando, “PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA GADAI ONLINE” (President University, 2018).

¹⁵ Muhammad Qoes Atieq and Eva Nurpiani, “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon),” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa* 2 (2022): 752–774.

¹⁶ Siska Dewi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Personal Attitude Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada User E-Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus)” (IAIN KUDUS, 2022).

¹⁷ Jhon Fernos and Mairizal Alfadino, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya,” *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16 (2021): 115–125.

NASABAH MENGGUNAKAN E-BANKING DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP PATI KUTOHARJO PERIODE TAHUN 2022-2023”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo periode tahun 2022-2023 ?
2. Bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo periode tahun 2022-2023 ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo periode tahun 2022-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo periode tahun 2022-2023.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dilakukanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi pemikiran tentang layanan E-Banking pada Perbankan Syariah.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

2. Bagi Perbankan

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perbankan syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan *E-Banking*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah informasi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti dengan topik yang sama dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini tersusun kedalam lima bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN yang berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA berisikan tentang Kerangka Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir, Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN berisi tentang Jenis Penelitian dan Sumber Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Variabel Penelitian dan Pengukuran, Teknik Analisis Data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN berisi tentang Deskripsi Objek Penelitian, Deskripsi Responden dan Karakteristik Responden, hasil pengujian Instrumen Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Hasil Pengujian Hipotesis, Pembahasan.

BAB V PENUTUP berisi tentang Kesimpulan Penelitian dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Minat menggunakan merupakan suatu keinginan atau alasan bagi seorang individu untuk melakukan perilaku tertentu ketika memiliki keinginan yang kuat untuk melakukannya. Ajzen menjelaskan minat dalam *Theory Of Reasoned Action* (TRA) yaitu dasar teori yang digunakan untuk mempelajari perilaku manusia. *Theory of Reasoned Action* atau Teori Tindakan Beralasan dirumuskan pada tahun 1967 sebagai upaya untuk memberikan konsistensi dalam studi hubungan antara perilaku dan sikap. Terdapat dua dimensi dalam TRA yang berpengaruh terhadap perilaku manusia, yaitu dimensi sikap (*attitude toward behavior*) dan dimensi norma subjektif (*subjective norm*). Icek Ajzen dan Martin juga menjelaskan bahwa setiap individu akan mempertimbangkan atas konsekuensi dari setiap tindakan mereka sebelum melakukan perilaku tertentu. Asumsi utama dari teori tindakan beralasan adalah individu rasional dalam mempertimbangkan tindakannya dan implikasi dari tindakan mereka (pengambilan keputusan).¹⁸

Teori minat yang terkenal adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang merupakan pengembangan dari TRA atau *Theory of Reasoned Action* oleh Ajzen pada tahun 1991. TPB (*Theory of Planned Behavior*) adalah teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia berperilaku pantas. *Theory of Planned Behavior* ini sebagai awal terbentuknya *behavior intention* atau teori minat perilaku. Ajzen dalam TPB (*Theory planned behaviour*) menambahkan satu dimensi yang

¹⁸ Mahyarni, "THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)," *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (2013): h.13.

mempengaruhi minat, yaitu dimensi perilaku kontrol. Perilaku penggunaan dari seseorang akan terlebih dahulu dipengaruhi oleh adanya minat sebelum keputusan penggunaan benar-benar dilaksanakan, tahap di mana seorang nasabah juga mungkin membentuk niat untuk menggunakan produk yang paling disukai.¹⁹

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwasanya manusia lebih cenderung melakukan tindakan atau perilaku karena memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu, dan minat dipengaruhi oleh 3 dimensi yaitu :²⁰

1) Dimensi sikap (*attitude toward behavior*)

Dimensi sikap menunjukkan bahwa keinginan seorang individu untuk berperilaku atau tidak didasarkan pada keyakinan dan penilaian konsekuensinya yang disebabkan oleh tindakan tersebut. Menurut Ajzen sikap terhadap perilaku ditentukan pada keyakinan tentang konsekuensi dari suatu perilaku atau behavioral beliefs. Belief berkaitan dengan penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, lingkungan dan pemahaman mengenai diri sendiri.. Belief atau keyakinan dapat diekspresikan dengan mengaitkan perilaku yang akan diprediksi dengan keuntungan atau kerugian yang akan dihasilkan ketika melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.²¹

Keyakinan seseorang dapat memperkuat sikap terhadap perilaku. Berdasarkan evaluasi data yang diperoleh, bahwa perilaku dapat memberikan manfaat bagi pelakunya. Dalam hal ini minat nasabah terhadap *E-Banking* dapat dipengaruhi dari prediksi manfaat dan kerugian yang akan diperoleh apabila nasabah

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

menggunakan maupun tidak menggunakan *E-Banking*. Apabila dalam penggunaan *E-Banking* nasabah memprediksi manfaat yang akan diperoleh lebih banyak dari kerugiannya maka hal ini dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan *E-Banking*.²²

2) Norma subjektif

Norma subjektif merupakan sebuah asumsi atau perasaan seseorang tentang harapan dari orang lain yang berada di dalam kehidupannya, tentang dilakukan atau tidaknya perilaku tertentu, Dimensi ini disebut sebagai norma subjektif karena perasaan ini memiliki sifat subjektif (subjective norm). Norma subjektif dapat dipengaruhi oleh keyakinan seseorang, oleh karena itu hubungan dari sikap terhadap perilaku menjadi hal yang sangat penting. Terdapat perbedaan antara hubungan sikap terhadap perilaku dengan norma subjektif yaitu hubungan sikap terhadap perilaku adalah fungsi dari keyakinan terhadap apa yang akan dilakukan, sedangkan norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh dari pandangan orang lain yang berhubungan dengan dirinya atau biasa disebut dengan *normatif belief*. Dalam hal ini minat nasabah dapat dipengaruhi oleh pandangan orang lain terhadap *E-Banking*. Apabila orang yang berada disekitar nasabah memberikan pandangan yang baik ataupun pandangan yang buruk terhadap *E-Banking*, maka hal ini akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan atau tidak menggunakan *E-Banking*.²³

²² Ibid.

²³ Ibid.

3) Perilaku kontrol

Perilaku kontrol merupakan perasaan seseorang tentang mudah atau sulitnya dalam mewujudkan suatu perilaku tertentu. Ajzen menjelaskan perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol dengan cara membedakannya dengan *locus of control* atau pusat kendali yang dikemukakan Rotter's. Pusat kendali dikendalikan oleh keyakinan seseorang yang relatif stabil dalam segala situasi. Perilaku kontrol seseorang dapat berubah tergantung pada situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukannya. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu bahwa keberhasilannya dalam melakukan segala sesuatu tergantung pada usahanya sendiri. Keyakinan ini berkaitan dengan pencapaian yang spesifik, seperti keyakinan seorang nasabah dapat menguasai penggunaan *E-Banking* dengan baik hal inilah yang disebut sebagai perilaku kontrol (behavioral control).²⁴

2. 1.2 Minat

Minat menurut Stephen P. Robbins dapat diartikan sebagai ketertarikan, perhatian, gairah, keinginan dan kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu.²⁵ Menurut Yayat Suharyat minat merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang untuk melakukan suatu tindakan.²⁶ Minat menurut Elizabeth B. Hurlock merupakan sumber motivasi yang dapat mendorong seorang individu untuk melakukan apa yang mereka inginkan apabila mereka mempunyai kebebasan dalam menentukan pilihannya.²⁷

²⁴ Ibid.

²⁵ Agung Joni Saputra, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Akan Minat, Motivator, Pelatihan Profesional, Gender Dan Lingkungan Pekerjaan Terhadap Pilihan Karir Akuntan Publik Dan Non Publik," *JRAMB* 4 (2018): 126–135.

²⁶ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia," *Jurnal region* 1, no. 3 (2009): 1–19.

²⁷ Ibid.

Menurut H. C Witherington mendefinisikan minat merupakan kesadaran seseorang bahwa suatu objek, suatu soal, seseorang, atau situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya.²⁸ Crow dan Crow mengatakan bahwasanya minat memiliki keterkaitan dengan daya gerak yang mendorong seseorang untuk cenderung atau merasa tertarik pada sesuatu, dapat berupa benda, orang, atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.²⁹

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan atau ketertarikan seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat diperkirakan dapat menangkap faktor-faktor motivasional yang dapat mempengaruhi perilaku. Faktor ini menjadi indikasi seberapa keras atau seberapa banyak usaha seorang untuk mencoba melakukan perilakunya. Jika seseorang nasabah berminat terhadap layanan *E-Banking* maka orang tersebut akan merasa senang atau tertarik dengan layanan *E-Banking*. Selain itu, minat dari seseorang nasabah terhadap suatu objek juga akan lebih terlihat apabila objek tersebut sesuai dengan sasarannya dan berkaitan dengan keinginan atau kebutuhan nasabah. Minat menggunakan *E-Banking* pada penelitian ini dapat didefinisikan sebagai ketertarikan atau keinginan seorang nasabah untuk menggunakan *E-Banking* pada saat melakukan transaksi.³⁰

- Menurut Crow dan Crow Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya minat seseorang yaitu sebagai berikut:

- a. *The factor inner urge* (Dorongan dari dalam individu)

Rangsangan yang diperoleh dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan seseorang akan dengan mudah menimbulkan

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

minat. Misalnya, keinginan seseorang untuk makan, maka hal ini dapat membangkitkan minat dari orang tersebut untuk bekerja atau mendapatkan penghasilan.

b. *The factor of social motive* (Motif sosial)

Minat pada suatu obyek atau suatu hal. Minat dapat dipengaruhi oleh motif sosial dan dapat dipengaruhi dari dalam diri manusia itu sendiri, misalnya seorang individu tertarik pada prestasi yang tinggi untuk mendapatkan status sosial yang tinggi.

c. *Emosional factor* (Faktor emosional)

Minat erat kaitanya dengan emosi dan perasaan seseorang terhadap suatu obyek, misalnya perjalanan yang sukses dipakai oleh seseorang dalam kegiatan tertentu hal ini dapat meningkatkan semangat dan membangkitkan rasa senang atau minat yang kuat terhadap kegiatan tersebut.³¹

2. 1.3 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan suatu pengalaman yang sudah dialami, ditemui, dan juga diperoleh melalui pengamatan logika. Menurut Mowen dan Minor, Pengetahuan adalah informasi mengenai produk dan jasa yang dimiliki oleh seorang konsumen yang diperoleh melalui sebuah proses melihat dan mendengar maupun dari pengalaman.³² Menurut Notoatmojo, pengetahuan merupakan hasil dari tahu tentang suatu hal yang terjadi setelah melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia seperti pendengaran,

³¹Lina Marlina, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya," *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 1 (2020): 33–40.

³² Roisiyatin and Rida Raudatun Nisa, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam," *Ad Diwan* 1, no. 1 (2021): 28–34.

penciuman, penglihatan, perasa, dan peraba.³³ Menurut Philip Khotler, pola perilaku yang dimiliki oleh seorang individu dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimilikinya. Pengetahuan ini dapat diartikan sebagai sebuah informasi yang diperoleh nasabah dari pengalaman, penglihatan maupun pendengaran mengenai fungsi dan semua hal yang berhubungan dengan produk dan jasa tertentu.³⁴ Allah SWT. Berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَقَسَّعُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا لِبُفْسَحِ اللَّهِ لَكُمْ ۖ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَافْسَحُوا لِبُفْسَحِ اللَّهِ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ ۗ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (١١)

Artinya :

“Wahai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”³⁵ (Q.S. al-Mujadalah: 11)

Ayat diatas menjelaskan tentang kewajiban semua orang beriman untuk memperoleh ilmu pengetahuan agar dapat meningkatkan derajat mereka. Ilmu pengetahuan yang dimaksud bukan hanya ilmu tentang agama melainkan juga tentang pengetahuan relevan tentang kemajuan zaman. Selain itu, pengetahuan ini juga harus bermanfaat, tidak hanya untuk diri sendiri akan tetapi juga untuk kehidupan banyak orang. Di era saat ini, segala sesuatu yang akan dilakukan juga harus didasarkan pada pengetahuan, karena selain mengurangi risiko, pengetahuan juga dapat

³³ Sri Bulkia, Ana Sofia Herawati, and Nurul Hasanah, “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin,” *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen* 3, no. 2 (2019): 90–97.

³⁴ Sunardi and Ana Maftukhah, “Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan),” *Jurnal Islamonomic* 6 (2015): 1–51.

³⁵ Qur’an Kemenag, accessed February 9, 2023, <https://quran.kemenag.go.id>.

menjadi bahan pertimbangan bagi seseorang sebelum melakukan segala sesuatu.

Pengetahuan menjadi salah satu faktor penting bagi seorang nasabah untuk menetapkan suatu pilihan. Pengetahuan akan mempengaruhi keputusan penggunaan, ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka dia akan lebih baik dalam pengambilan keputusan, nasabah akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi. Minat atau tidaknya seorang nasabah untuk menggunakan layanan *E-Banking* dapat dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimilikinya, dan pengetahuan menurut Notoatmodjo dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu.³⁶ :

a. Pengalaman

Pengalaman merupakan suatu insiden yang pernah dilewati sebelumnya. Memiliki pengalaman bisa diartikan orang yang sudah mengalaminya, merasakan insiden-insiden sebelumnya. Sebagai orang yang memiliki pengalaman membuktikan bahwa orang tersebut telah mengetahui akan insiden yang terjadi. Berpengalaman pula memberikan seorang memperoleh pengetahuan secara utuh, perihal bagaimana insiden tersebut dapat terjadi serta bagaimana mengatasi insiden tadi. Baik buruknya sebuah insiden yang dialami oleh seorang nasabah hal ini lah yang akan mempengaruhi minat nasabah tersebut untuk menggunakan layanan di perbankan.

b. Paparan Media Masa

Paparan media sosial bisa dijadikan sebagai bukti dari hasil pengetahuan sejak zaman dahulu serta orang yang cerdas yang terlebih dahulu dengan ditemukannya bermacam hal sampai

³⁶ Mutammam, Ujang Sumarwan, and Netti Tinaprilla, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Merek Green Nitrogen," *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* Vol, 5 (2019): hal.232.

saat ini yang diktakan zaman modern. Salah satu teknologi yang bisa meringankan masyarakat dalam proses pencarian pengetahuan di semua penjuru bumi yaitu media massa. Maka dari itu, Orang yang sering menggunakan memakai media massa dalam mencari pengetahuan wawasannya lebih luas.

c. Pendidikan

Omar Muhammad al-Toumy al-Syaibani berkata bahwa pendidikan ialah suatu fase berubahnya karakteristik individual pribadi, rakyat, dan alam disekeliling, menggunakan cara ajaran menjadi suatu kegiatan asasi serta menjadi seorang profesi. Taraf pendidikan memiliki pengaruh pada bagaimana individu memilih keputusan yang di pilih. Kualitas hidup seseorang akan berpengaruh baik jika taraf pendidikan semakin tinggi, karena semakin tinggi pendidikan seseorang akan semakin mudah untuk menerima informasi.

d. Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi mendeskripsikan keadaan atau letak seorang pada kelompok warga yang ditentukan sang pendidiknya, pendidikan, serta aktivitas ekonomi. perbedaan kualitas ekonomi pada kelompok maupun individu bisa memengaruhi pengetahuan yang diperoleh, apabila ekonomi seseorang rendah maka semakin tinggi kesulitan seseorang tersebut mendapatkan pengetahuan, begitupun sebaliknya, jika perekonomian seorang tersebut tinggi maka semakin mudah juga seseorang tersebut mendapatkan pengetahuan.

e. Hubungan Sosial

Korelasi sosial adalah hubungan sosial sesama individu, sesama kelompok, maupun individu dengan kelompok lainnya yang didalamnya terdapat unsur timbal balik. Korelasi sosial bisa terjadi tidak langsung menggunakan media yang ada atau secara langsung melalui tatap muka. Korelasi sosial mensugesti

seorang ketika berinteraksi dengan baik. Jika korelasi sosial sesama individual ataupun kelompok yang menjalin dengan bagus maka pengetahuan bisa diperoleh dengan mudah serta mencapai tujuan dari adanya korelasi sosial.

- Engel dan Minor menggeompakan pengetahuan nasabah menjadi tiga yaitu antara lain sebagai berikut:

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan kumpulan informasi tentang suatu produk yang dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu :

a. Pengetahuan tentang atribut produk

Seorang nasabah akan melihat suatu produk yang ada dalam perbankan berdasarkan pada fitur, atribut, dan karakteristik dari produk tersebut. Pengetahuan mengenai atribut produk akan mempengaruhi minat nasabah dalam hal penggunaan, maka sangat penting bagi seorang nasabah untuk memiliki pengetahuan yang lebih luas tentang produk perbankan karena hal ini akan memudahkan nasabah dalam menentukan produk mana yang akan digunakannya.

b. Pengetahuan manfaat produk

Pengetahuan akan manfaat suatu produk merupakan hal utama bagi seorang nasabah, karena pengetahuan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan suatu produk. Nasabah seringkali berpikir mengenai manfaat apa yang akan mereka peroleh apabila menggunakan produk tertentu. Dalam hal ini nasabah akan merasakan dua jenis manfaat setelah menggunakan suatu produk, yaitu manfaat

fungsional, yaitu manfaat yang dirasakan nasabah secara fisiologis dan manfaat psikososial, yaitu aspek social dan aspek psikologis yang akan dirasakan oleh nasabah setelah menggunakan suatu produk tertentu.

c. Pengetahuan mengenai kepuasan produk.

Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasa puas dengan apa yang telah ditawarkan oleh produk tersebut. Manfaat yang diperoleh dapat berupa manfaat positif, dan manfaat negatif.

2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian merupakan pengetahuan yang diproses oleh nasabah untuk mendapatkan suatu produk tertentu, dimana pengetahuan ini mencakup berbagai informasi mengenai produk tersebut. Pengetahuan pembelian digunakan oleh nasabah untuk menentukan kapan dan di mana nasabah akan membeli produk tersebut.

3) Pengetahuan Penggunaan

Pengetahuan penggunaan mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan nasabah tentang cara menggunakan suatu produk dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Apabila nasabah melakukan kesalahan saat menggunakan produk, maka produk tidak akan berfungsi dengan baik. Untuk mencapai manfaat dan kepuasan yang maksimal, pihak perbankan perlu memasukan saran penggunaan atau pemakaian suatu produk sehingga produk tersebut dapat berfungsi dengan baik.³⁷

³⁷ Husnul Khotimah, Sabar Warsini, and Yenni Nuraeni, "Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah Di Pasar Modal," *jurnal Account* (2016): 423–433, <http://akuntansi.pnj.ac.id/upload/artikel/files/SabarWaarsiniJuni2016.pdf>. h. 425.

2. 1.4 Manfaat

Menurut Davis F.D, manfaat adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan prestasi kinerjanya.³⁸ Menurut Krempel dan Beyerer manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa sebuah sistem teknologi mampu untuk mendorong tingkat kinerja penggunanya.³⁹ Menurut Jogiyanto manfaat penggunaan merupakan sejauh mana seorang individu percaya bahwa dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan prestasi kinerjanya.⁴⁰ Thompson menjelaskan bahwa seseorang akan menggunakan suatu teknologi informasi apabila orang tersebut mengetahui manfaat apa saja yang akan diperoleh atas penggunaannya.⁴¹

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat dari sistem berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan dalam tugas secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa manfaat dalam penggunaan layanan *E-Banking* merupakan pandangan subjektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh nasabah dalam meningkatkan kinerja mereka karena menggunakan layanan *E-Banking*. Ketika nasabah menggunakan layanan *E-Banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *E-Banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan layanan *E-Banking* muncul karena nasabah yakin bahwa *E-Banking* dapat

³⁸ Sri Eka Pebruati, Siti Ragil Handayani, and Zahroh Z.A., “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang),” *Jurnal Profit* 7, no. 1 (2012): h.64.

³⁹ Hasanah Jaya Asja, Susanti Santi, and Fauzi Achmad, “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat Di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI Jakarta),” *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)* 2 (2021): h.312.

⁴⁰ Atieq and Nurpiani, “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).”

⁴¹ Pebruati, Handayani, and Z.A., “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang).” h.64.

meningkatkan kinerja, produktivitas, dan keefektifan kinerja serta *E-Banking* bermanfaat bagi nasabah. Oleh karena itu manfaat dari penggunaan layanan *E-Banking* dapat mempengaruhi sikap para nasabah terhadap penggunaan layanan *E-Banking* itu sendiri.⁴²

Dalam penelitian ini hubungan manfaat terhadap minat menggunakan *E-Banking* pada nasabah adalah tingkatan dimana seorang nasabah percaya bahwa dalam menggunakan *E-Banking* dapat meningkatkan prestasi kerjanya. Apabila seorang nasabah percaya dalam penggunaan layanan *E-Banking* dapat mendatangkan manfaat baginya, maka dia akan memiliki minat untuk menggunakannya. Sebaliknya apabila nasabah percaya bahwa dalam penggunaan layanan *E-Banking* tersebut tidak atau kurang bermanfaat baginya, maka nasabah akan cenderung untuk tidak menggunakannya.⁴³ Berikut ayat Al-Qur'an dan Hadist yang mengandung arti tentang manfaat :

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ ۖ

Artinya :

“Jika kalian berbuat baik, sesungguhnya kalian berbuat baik bagi diri kalian sendiri”.⁴⁴ (Q.S. Al-Isra: 7)

وَخَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Artinya :

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainya”.⁴⁵ (H.R. Al-Qaadla'iy dalam musnad Asy-Syihaab no.129, Ath-Thabaraaniy dalam Al-Ausath no. 5787).

⁴² Fernanda Idham Kholid and Embun Duriyani Soemarso, “Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang,” *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2018): 49–57, <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Qur'an Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id>.

⁴⁵ yudi Yansyah, “Mimbar Dakwah Sesi 67: Sebaik-Baik Manusia,” 2020, <https://jabar.kemenag.go.id>.

Berdasarkan Ayat dan hadist diatas menjelaskan bahwa sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain. Apabila kita melakukan hal yang bermanfaat untuk orang lain, maka manfaat itu akan kembali kepada diri kita sendiri. Dalam hal ini apabila pihak perbankan syariah menyediakan layanan *E-Banking*, maka hal ini akan bermanfaat bagi nasabahnya.

- Menurut Chin dan Tood manfaat dapat dikelompokkan dalam 2 kategori yaitu sebagai berikut⁴⁶ :
 - a. Manfaat meliputi dimensi :
 - 1) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (make job easter).
 - 2) Bermanfaat (usefulness).
 - 3) Meningkatkan produktivitas (increase productivity).
 - 4) Meningkatkan efektivitas (enhance efectiveness).
 - 5) Meningkatkan kinerja pekerjaan (improve job performance).
 - b. Efektifitas dengan dua dimensi adalah:
 1. Meningkatkan efektivitas (*enchance my effectiveness*).
 2. Meningkatkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).
- Terdapat beberapa manfaat pada penggunaan *E-Banking* yaitu antara lain sebagai berikut :
 - 1) Menjadi lebih mudah, dalam penggunaan layanan *E-Banking* akan membuat transaksi perbankan menjadi lebih mudah. Nasabah tidak perlu repot-repot untuk mengantri di bank karena dengan layanan E-Banking

⁴⁶ Irawan Irawan, "Acceptance Analysis of Accounting Software User Though Technology Acceptance Model," *Jurnal Ilmiah ESAI* 9, no. 1 (2015).

nasabah bisa melakukan transaksi lewat Smartphone/ HP pribadi maupun lewat ATM.

- 2) Menambah produktifitas, dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja nasabah.
- 3) Meningkatkan efektifitas, dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran. Nasabah dapat menghemat waktunya karena transaksi menggunakan *E-Banking* tidak memerlukan waktu yang lama selama jaringan masih terhubung dengan internet.
- 4) Penggunaan *E-Banking* dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Perbedaan
Fitri Waluyoningrum (2021)	Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus	$X_1 =$ Pengetahuan $X_2 =$ Kepercayaan $Y =$ Minat Menggunakan E-Banking	1. Variabel pengetahuan (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan E-Banking. 2. Variabel kepercayaan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan E-Banking. 3. Secara simultan variabel pengetahuan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) sama-sama berpengaruh	Variabel yang digunakan dalam penelitian oleh fitri menggunakan variabel pengetahuan dan kepercayaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan variabel pengetahuan dan manfaat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan juga berbeda, fitri waluyoningrum

			terhadap minat penggunaan E-Banking.	menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> sedangkan peneliti menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> , lokasi atau tempat penelitian juga berbeda.
Sri Bulkia dkk (2019)	Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna <i>Internet Banking</i> Banjarmasin	$X_1 =$ Pengetahuan $X_2 =$ Kualitas Layanan $Y =$ Minat individu pengguna internet banking.	1. Variabel pengetahuan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna internet banking. 2. Variabel kualitas layanan secara signifikan mempengaruhi minat individu pengguna internet banking. 3. Secara simultan variabel pengetahuan nasabah dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna internet banking.	Penelitian yang dilakukan oleh Sri Bulkia menggunakan variabel Pengetahuan dan kualitas layanan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan variabel pengetahuan dan manfaat. tempat atau lokasi penelitian juga berbeda.
Novera Dwi Nurhayati (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Risiko dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus Nasabah Bank BRI)	$X_1 =$ Pengetahuan $X_2 =$ Resiko $X_3 =$ Kemudahan $Y =$ Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking	1. Variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. 2. Variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.	penelitian oleh Novera menggunakan 3 variabel independen dan penelitian dilakukan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

	Syariah Kantor Cabang Madiun)		<p>3. Variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.</p> <p>4. Secara simultan variabel pengetahuan, risiko dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan internet banking</p>	<p>peneliti menggunakan 2 variabel independen dan penelitian dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.</p>
Nina Rizky dkk (2018)	<p>Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Banking</i> Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng</p>	<p>$X_1 =$ Persepsi Kemudahan Penggunaan $X_2 =$ Kepercayaan $X_3 =$ Pengetahuan $Y =$ Minat menggunakan <i>E-Banking</i></p>	<p>1. Variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>E-Banking</i>.</p> <p>2. Variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>E-Banking</i>.</p> <p>3. Variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>E-Banking</i>.</p> <p>4. Variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan sama-sama berpengaruh terhadap minat dalam</p>	<p>Penelitian oleh Nina Rizki menggunakan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan sebagai variabel independen sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pengetahuan dan manfaat sebagai variabel independen. Lokasi atau tempat penelitian dan studi kasus juga berbeda.</p>

			menggunakan E-Banking untuk bertransaksi pada UMKM.	
Arini Nafisatun Ni'mah (2022)	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah pada Mahasiswa Di Kudus	X ₁ = Kemudahan X ₂ = Keamanan X ₃ = Manfaat X ₄ = Pengetahuan Y = Minat Menggunakan Mobile Banking	1. Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. 2. Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. 3. Variabel manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah. 4. Variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking syariah	Penelitian oleh Arini menggunakan kemudahan, keamanan, manfaat dan pengetahuan sebagai variabel independen sedangkan peneliti hanya menggunakan pengetahuan dan manfaat sebagai variabel independen. studi kasus dalam penelitian oleh Arini pada mahasiswa di Kudus sedangkan peneliti menggunakan studi kasus nasabah BSI KCP Pati Kutoharjo.
Bhalqis Nagib dkk (2021)	Determinan Pengaruh Brand Image, Fitur Layanan, Manfaat, Kemudahan, kepercayaan Dan Resiko Persepsian Terhadap	X ₁ = Brand Image X ₂ = Fitur Layanan X ₃ = Manfaat X ₄ = Kemudahan X ₅ = Kepercayaan X ₆ = Resiko	1. Secara parsial variabel brand image, fitur layanan, manfaat, kemudahan, kepercayaan dan resiko persepsian berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah	Penelitian oleh Bhalqis menggunakan teknik <i>accidental sampling</i> untuk menentukan sampel sedangkan peneliti menggunakan

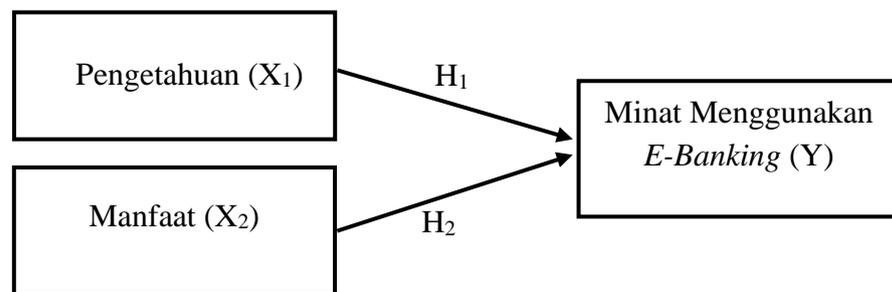
	Minat Nasabah Dalam Menggunakan <i>E-Banking</i> Di Bank Syariah XXX	Persepsian $Y = \text{Minat nasabah menggunakan E-Banking.}$	menggunakan E-Banking. 2. Secara simultan brand image, fitur layanan, manfaat, kemudahan, kepercayaan dan resiko persepsian berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan E-Banking.	teknik <i>purposive sampling</i> untuk menentukan sampel. Lokasi atau tempat penelitian yang digunakan juga berbeda.
Fika Khairu Rahmah dkk (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Wonosobo)	$X_1 = \text{Persepsi Kemudahan}$ $X_2 = \text{Manfaat}$ $X_3 = \text{Resiko}$ $X_4 = \text{Kepercayaan}$ $X_5 = \text{Kenyamanan}$ $Y = \text{Minat menggunakan Internet Banking}$	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. • Variabel risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. 	penelitian oleh Fika menggunakan lima variabel independen sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan dua variabel independen. Penelitian oleh Fika dilakukan di BRI Wonosobo sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan di BSI KCP Pati Kutoharjo.
Muhammad Qoes Atieq dan Eva Nurpiani (2022)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah	$X_1 = \text{Kemudahan Penggunaan}$ $X_2 = \text{Manfaat}$ $X_3 = \text{Risiko}$ $Y = \text{Minat Menggunakan Mobile Banking}$	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel kemudahan penggunaan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. 2. Variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan 	penelitian oleh Muhammad Qoes menggunakan tiga variabel independen dan penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon

	(Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)		mobile banking. 3. Variabel risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan m-banking. 4. Secara simultan, kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking	sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan dua variabel independen dan penelitian ini dilakukan pada nasabah BSI KCP Pati Kutoharjo.
Karina Widiyaningrum (2021)	Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta)	$X_1 =$ Manfaat $X_2 =$ Kemudahan $X_3 =$ Fitur Layanan $Y =$ Minat nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i> .	1. Variabel manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>M-Banking</i> . 2. Variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>M-Banking</i> . 3. Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>M-Banking</i> .	Penelitian oleh Karina dilakukan pada Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan studi kasus pada BSI KCP Pati Kutoharjo.
Muhammad Iqbal dkk (2019)	Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, Dan Fitur Layanan	$X_1 =$ teknologi informasi $X_2 =$ Manfaat $X_3 =$ Keamanan $X_4 =$ Fitur	1. Variabel teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan internet banking.	penelitian oleh Muhammad Iqbal menggunakan Teknologi Informasi, Manfaat,

	<p>Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)</p>	<p>Layanan Y = Minat Menggunakan Internet Banking</p>	<p>2. Variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. 3. Variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. 4. Variabel fitur layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan internet banking. 5. Secara simultan seluruh variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan internet banking.</p>	<p>Keamanan, Dan Fitur Layanan sebagai variabel independen dengan studi kasus pada nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pengetahuan dan manfaat sebagai variabel independen dengan studi kasus pada nasabah BSI KCP Pati Kutoharjo.</p>
--	--	---	---	--

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini digunakan peneliti sebagai acuan untuk menentukan arah dari penelitian. Tujuan dari kerangka berpikir ini adalah untuk mengetahui hubungan positif antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen (variabel pengetahuan dan variabel manfaat) yang dapat mempengaruhi variabel dependen (variabel minat nasabah menggunakan *E-Banking*).



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada umumnya merupakan suatu dugaan yang sifatnya sementara yang biasanya dijadikan sebagai dasar dalam pemecahan persoalan dalam sebuah penelitian.⁴⁷ Hipotesis berasal dari kata hypo yang artinya di bawah dan thesis yang artinya pendirian, kepastian, pendapat yang ditegakan, dan kesimpulan atau dugaan yang sifatnya logistik pada populasi.⁴⁸ Berdasarkan rumusan masalah, dan tujuan yang sudah dijelaskan pada poin sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁴⁷ Johannes Supranto, "Statistik Teori Dan Aplikasi Edisi Ketujuh," *Jakarta: Erlangga* (2009). h.124.

⁴⁸ Syafnidawaty, "HIPOTESIS," *Raharja.Ac.Id*, last modified 2020, accessed September 21, 2022, <https://raharja.ac.id/2020/11/04/hipotesis/>.

2.4.1 Pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*

Pengetahuan merupakan salah satu hal penting untuk membentuk tindakan seseorang. Prilaku seseorang yang didasari oleh pengetahuan akan lebih baik dari pada prilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Ketika seorang nasabah memiliki pengetahuan yang lebih baik, maka nasabah akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi yang diperoleh. Sehingga hal ini dapat mempengaruhi minat dari nasabah untuk menggunakan suatu layanan dalam bank.⁴⁹

Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan yaitu sebagai berikut :

1. Tahu

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Pengetahuan tingkat ini merupakan mengingat kembali sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima.

2. Memahami

Memahami diartikan sebagai kemampuan untuk menjelaskan secara besar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut dengan benar.

3. Aplikasi

Aplikasi ini diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi ini dapat pula diartikan sebagai penggunaan hukum-hukum, rumus, prinsip dan sebagainya.

⁴⁹ Rizky, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng.” h.192.

4. Analisis

Analisis merupakan suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, akan tetapi masih dalam struktur organisasi, dan masih dalam keterkaitan antara satu sama lain. Kemampuan ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja.

5. Sintesis

Sintesis menunjukkan kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

6. Evaluasi

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian ini menggunakan kriteria-kriteria tertentu.⁵⁰

Menurut peneliti Fitri Waluyoningrum, variabel pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah dalam penggunaan *E-Banking*. Variabel pengetahuan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *E-Banking*.⁵¹

Dari uraian diatas, maka dinyatakan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

H₁ : Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

⁵⁰ Ragil Retnaningsih, "HUBUNGAN PENGETAHUAN DAN SIKAP TENTANG ALAT PELINDUNG TELINGA DENGAN PENGGUNAANNYA PADA PEKERJA DI PT. X," *Journal of Industrial Hygiene and Occupational Health* 1 (2016): h.67–82.

⁵¹ Waluyoningrum, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Banking Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus."

2.4.2 Pengaruh variabel manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*

Manfaat penggunaan suatu teknologi akan terbatas apabila kemampuan dalam menggunakan teknologi tersebut juga terbatas, hal ini akan mempengaruhi manfaat yang akan dirasakan oleh setiap individu. Manfaat penggunaan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seseorang menyakini dalam penggunaan teknologi akan bermanfaat baginya, maka orang tersebut akan memiliki minat untuk menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang menyakini dalam penggunaan teknologi tersebut kurang bermanfaat baginya, maka orang tersebut akan cenderung mengurungkan niat untuk menggunakannya.⁵²

Menurut Siska Dewi, variabel manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan layanan *E-Banking*. Manfaat terutama pada produktivitas yang diberikan dalam penggunaan *E-Banking* dapat memberikan pengaruh secara positif kepada nasabah, sehingga hal ini dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *E-Banking*.⁵³

Dari uraian diatas, maka dinyatakan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

H₂ : Variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

⁵² Atieq and Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)." h.757.

⁵³ Dewi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Personal Attitude Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada User E-Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus)."

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Field research atau penelitian lapangan adalah bentuk penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh informasi dan data dari objek penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan fakta yang ada dalam masyarakat pada prilakunya dan keadaan sekitar.⁵⁴ Penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif guna menemukan sebuah pengetahuan yang dilakukan sesuai dengan prosedur statistik dengan alat ukur berupa angka untuk menganalisa keterangan mengenai apa yang ingin di ketahui. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif dimana peneliti hanya menentukan beberapa variabel dari objek yang akan diteliti yang kemudian dibuat instrumen untuk melakukan pengukuran.⁵⁵

b. Sumber Data

Data merupakan komponen utama yang dibutuhkan oleh peneliti saat melakukan penelitian. Dalam sebuah penelitian data dapat dikatakan baik apabila data tersebut *reliable* yaitu data yang dapat dipercaya kebenarannya, tepat waktu dan data yang digunakan harus ada hubungannya dengan masalah yang sedang dipecahkan (relevan). Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer.⁵⁶

⁵⁴ Salmon Priaji Martana, "Problematika Penerapan Metode Field Research Untuk Penelitian Arsitektur Vernakular Di Indonesia," *DIMENSI (Journal of Architecture and Built Environment)* 34, no. 1 (2006): 59–66.

⁵⁵ Asep Hermawan and Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Pertama*. (Jakarta: KENCANA, 2017). hal.5-6

⁵⁶ Hikmatul Hardani et al., "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif," *Yogyakarta: Pustaka Ilmu* (2020). h.247

❖ Data primer

Data Primer dalam suatu penelitian adalah data yang dapat diperoleh peneliti secara langsung dari sumber pertama dengan melakukan perhitungan sendiri dalam bentuk angket atau kuesioner, pengukuran, observasi, wawancara dan lainnya yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah serta tujuan dari penelitian yang dilakukan.⁵⁷ Sumber data primer yang digunakan pada penelitian ini akan diperoleh dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

❖ Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dapat diperoleh peneliti dari sumber kedua atau yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, dari kantor berupa laporan, buku, jurnal, penelitian terdahulu dll. Data sekunder biasanya diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada yang digunakan untuk membantu dan mengkaji secara kritis sebuah penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini peneliti mengambil sejumlah data dari buku, jurnal, website, dan dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

⁵⁷ M Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pascal Books, 2021). h. 46

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang menunjukkan sifat dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Anggota dalam sebuah populasi tidak hanya manusia saja akan tetapi juga termasuk benda hidup maupun benda mati yang sifatnya dapat diukur atau diamati seperti tumbuhan, hewan, gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi yang dapat digunakan sebagai sumber penelitian.⁵⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan E-Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yaitu sebanyak 36.712 nasabah.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang menjadi objek dari penelitian. Dengan kata lain sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti). Terdapat aturan saat pengambilan sampel dari populasi yaitu sampel harus mewakili populasi (*representatif*). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Penarikan sampel non-probability sampling merupakan prosedur penarikan sampel yang bersifat subjektif, dalam hal ini probabiliti pemilihan elemen-elemen populasi tidak bisa ditentukan.⁵⁹

Penarikan sampel dengan teknik *purposive sampling* (berdasarkan pertimbangan) adalah bentuk penarikan sampel non-probability sampling yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.

⁵⁸ MM Dr. Drs. Ngatno, "BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN.Pdf," 2015. h.142

⁵⁹ Hermawan and Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. h.97-103.

Penarikan sampel ini terjadi apabila peneliti ingin mengambil sampel dengan kriteria tertentu. Metode penarikan sampel ini dapat digunakan pada banyak populasi.⁶⁰ Kriteria populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.
- 2) Nasabah yang menggunakan E-Banking di Bank Syariah Indonesia KPC Pati Kutoharjo.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan ukuran atau besarnya sampel dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Nilai besaran kesalahan (*Margine Of Error*)

Pada rumus Slovin terdapat ketentuan nilai besaran kesalahan (*margin of error*). Adapun ketentuannya sebagai berikut :

1. Nilai e = 10% digunakan untuk populasi dalam jumlah besar.
2. Nilai e = 20% digunakan untuk populasi dalam jumlah kecil.⁶¹

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan (*Margine Of Error*) sebesar 10%. Maka dapat diperhitungkan sebagai berikut :

⁶⁰ Ibid. h.104

⁶¹ Abuzar Asra and Achmad Prasetyo, *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei* (Jakarta: Rajagrafindo persada, 2015). hal.75.

$$n = \frac{36.712}{1 + 36.712 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{36.712}{1 + 36.712 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{36.712}{1 + 367,12}$$

$$n = \frac{36.712}{368,12}$$

$$n = 99,7 \text{ (100 Responden)}$$

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara atau teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada nasabah bank BSI KCP Pati Kutoharjo untuk memperoleh data.⁶²

1. Kuesioner

Sebuah kuesioner adalah salah satu cara untuk memperoleh informasi dari subjek. Kuesioner relatif ekonomis, memuat pertanyaan yang sama bagi responden dan dapat memastikan kerahasiaan dari responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan kepada responden dalam bentuk tulisan guna memperoleh tanggapan

⁶² Fred L. Benu and Agus S. Benu, *Metode Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya*, Pertama. (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2019).

dan jawaban responden serta untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian. Kuesioner terdiri dari beberapa kategori jawaban, jenis, dan bantuannya antara lain yaitu:⁶³

1. Jawaban Kuesioner

- a. Kuesioner langsung, yakni responden harus menjawab tentang diri mereka sendiri.
- b. Kuesioner tidak langsung, yakni responden tidak menjawab tentang dirinya sendiri melainkan tentang orang lain.

2. Jenis Kuesioner

- a. Kuesioner terbuka, yaitu memberikan responden kesempatan untuk menjawab sesuai dengan keinginan dan kalimatnya sendiri.
- b. Kuesioner tertutup, yaitu pada kuesioner telah disediakan jawaban oleh peneliti, sehingga responden hanya perlu memeriksa kolom mana yang sesuai dengan pilihannya dengan memberikan tanda centang.

3. Bentuk Kuesioner

- a. Kuesioner pilihan ganda, kuesioner ini sama halnya dengan kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang jawabanya dibuat dengan pilihan ganda.
- b. Kuesioner isian, yaitu Responden dapat mengisi kuesioner sesuai dengan jawabanya sendiri. kuesioner ini sama halnya dengan kuesioner terbuka.
- c. Check list, yaitu responden hanya perlu mencantumkan tanda centang (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihannya.

⁶³ Asep Saepul Hamdi and E. Bahruddin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* (Yogyakarta: Deepublish, 2014). h.54-63.

- d. Skala bertingkat atau rating-scale yang biasanya dikenal sebagai Skala Likert, adalah sebuah pertanyaan maupun pernyataan yang diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan level atau tingkatan-tingkatan, misalnya sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.⁶⁴

Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu bagian pertama berisi tentang identitas responden dan bagian kedua berisi tentang pernyataan.⁶⁵ Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dengan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Jawaban kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner langsung, dimana responden dapat menjawab tentang dirinya sendiri. Bentuk kuesioner menggunakan *rating-scale* atau skala bertingkat yaitu berupa pernyataan yang menunjukan tingkatan-tingkatan berupa jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dan dinilai pada skor 1-5.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang pengukurannya menggunakan Skala Likert.⁶⁶ Rensis Likert merancang skala Likert (*Summated Rayting Scale*) atau “LICK-ert” dengan kategori respon “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”. Skala Likert adalah tipe ukuran yang digunakan untuk meningkatkan tingkat pengukuran dalam suatu penelitian.⁶⁷ Dalam penelitian ini responden (nasabah) sebagai individu diminta untuk menanggapi pernyataan dengan memilih opsi jawaban yang telah disediakan oleh peneliti dalam kuesioner yang mana masing-masing dari jawaban tersebut diberi nilai dalam bentuk angka.

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ syahrudin dan salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014). h.135

⁶⁶ Benu and Benu, *Metode Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya*. h.155

⁶⁷ Ibid. h.173.

Kategori penilaian skala likert adalah sebagai berikut :

Skor 1 Sangat Tidak Tahu / Sangat Tidak Setuju	=	(STT/STS)
Skor 2 Tidak Tahu / Tidak Setuju	=	(TT/TS)
Skor 3 Netral / Netral	=	(N/N)
Skor 4 Tahu / Setuju	=	(T/S)
Skor 5 Sangat Tahu / Sangat Setuju	=	(ST/SS)

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti cara pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada. Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen seperti catatan harian, biografi, sejarah kehidupan, jurnal, artikel, buku dll. Pada penelitian ini data yang digunakan dapat diperoleh melalui buku-buku, jurnal, wibesite, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti.⁶⁸

3. 4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen yaitu sebagai berikut :

1) Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang diduga sebagai penyebab munculnya variabel lain (variabel dependen). variabel independen biasanya dimanipulasi, diukur dan diamati untuk mengetahui hubungan atau pengaruhnya dengan variabel lain.⁶⁹ Variabel independen

⁶⁸ Hardani Ahyar et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020). h.145

⁶⁹ Ibid. h.399

yang terdapat dalam penelitian ini berupa variabel pengetahuan (X_1) dan variabel manfaat (X_2).

2) Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini menjadi “*primary interest to the researcher*” atau variabel yang menjadi persoalan utama bagi peneliti yang selanjutnya akan menjadi objek dari penelitian.⁷⁰ Variabel dependen yang terdapat pada penelitian ini adalah minat nasabah menggunakan *E-Banking* (Y).

3.4.2 Variabel Pengukuran

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Pengetahuan (X_1)	Pengetahuan adalah persepsi nasabah mengenai layanan <i>E-Banking</i>	1. Pengetahuan tentang <i>E-Banking</i> 2. Pengetahuan tentang Fitur <i>E-Banking</i> BSI 3. Pengetahuan tentang harga produk. (Kartika: 2020)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
Manfaat (X_2)	Manfaat merupakan keyakinan seorang individu dalam menggunakan teknologi informasi dapat memberikan manfaat bagi dirinya.	1. Meningkatkan Produktivitas 2. Kegunaan <i>E-Banking</i> 3. Meningkatkan efektivitas 4. Mendukung aktivitas (Giari Sampurno: 2015)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

⁷⁰ Priadana and Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. h.91

Minat Menggunakan <i>E-Banking</i> (Y)	Minat merupakan kecenderungan atau ketertarikan seseorang untuk menggunakan layanan <i>E-Banking</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan menggunakan (Maya Qorri Aini: 2020) 2. Kesesuaian kebutuhan. (Giari Sampurno: 2015) 3. Merekomendasikan orang lain. (Maya Qorri Aini: 2020) 4. Keinginan menggunakan dimasa mendatang (Giari Sampurno: 2015) 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
--	--	--	---

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data dalam penelitian dengan menggunakan alat statistik. Teknik analisis data dalam sebuah penelitian dilakukan dengan cara melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari semua responden, penyajian data yang diteliti berdasarkan variabel, dan melakukan perhitungan data yang diolah menggunakan SPSS ver.21 untuk menjawab rumusan masalah serta hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1 Uji Instrumen

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukurnya. Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji valid atau tidaknya instrumen dalam penelitian. Apabila suatu instrumen mampu mengukur apa yang ingin diukur dan mampu mengungkapkan data dari

variabel yang sedang diteliti secara tepat, maka instrumen penelitian dapat dikatakan valid.⁷¹

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas berdasarkan nilai signifikan. Apabila nilai signifikan < 0.05 (5%) maka item pertanyaan dan pernyataan dinyatakan valid. Sebaliknya jika nilai signifikan $> 5\%$ (0.05) maka dinyatakan tidak valid. Terdapat kriteria dalam pengujian validitas yaitu sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel dengan tingkat signifikan = 5%, maka uji validitas dikatakan valid
- b. Jika r hitung $<$ dari r tabel dengan tingkat signifikan = 5% maka uji validitas dikatakan tidak valid.⁷²

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan seberapa konsisten hasil pengukuran ketika gejala yang sama diukur dua kali atau lebih dengan perangkat atau alat pengukuran yang sama pula. Hasil uji reliabilitas suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach Alpha* adalah > 0.60 . Semakin dekat nilai Cronbach Alpha dengan angka 1 maka nilai dari reliabilitas datanya semakin dipercaya.⁷³

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik harus memenuhi uji asumsi klasik. Dilakukannya uji asumsi klasik dengan tujuan agar dalam pengerjaan model regresi tidak ditemukannya masalah-masalah statistik. Selain itu, model regresi yang dihasilkan dapat memenuhi standar statistik

⁷¹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: deepublish, 2019). h.103-106.

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid. h.106.

sehingga parameter yang digunakan logis dan masuk akal. Proses dalam uji asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam uji asumsi klasik menggunakan langkah kerja yang sama dengan uji regresi.⁷⁴

3.5.2.1 Uji Normalitas

Dilakukannya uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel independen, dan variabel dependen berdistribusi normal. Sebuah penelitian dikatakan baik jika data yang digunakan berdistribusikan secara normal. Pada penelitian ini dapat dilakukan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik dengan *P-P Plot Of Regression Standardized Residual* untuk melakukan uji normalitas. Pedoman pengambilan keputusan dengan *Kolmogorov-Smirnov* yaitu sebagai berikut⁷⁵ :

- a. Jika nilai Signifikan atau nilai Probabilitas $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.
- b. Jika nilai Signifikan atau nilai Probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila terbebas dari gejala multikolinearitas. Jika terdapat gejala multikolinearitas, maka model regresi menjadi buruk karena beberapa dari variabel akan menghasilkan parameter yang sama sehingga dapat saling mengganggu. Agar model regresi

⁷⁴ Irwan Gani and Siti Amalia, *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial* (Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI), 2018). h.137.

⁷⁵ Nuryadi et al., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017). h.79

terbebas dari gejala multikolinearitas, maka harus dilakukan uji multikolinearitas.⁷⁶

Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- Dilihat dari nilai *Tolerance* yaitu sebagai berikut :
 - a. Nilai *Tolerance* $> 0,10$ artinya tidak terjadi gejala Multikolinieritas.
 - b. Nilai *Tolerance* $< 0,10$ artinya terjadi gejala Multikolinieritas.
- Dilihar dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu sebagai berikut :
 1. Apabila nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
 2. Apabila nilai VIF > 10 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.⁷⁷

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukanya uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian secara residual pada model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser dengan melihat nilai signifikansinya. Jika nilai signifikan > 0.05 (5%) maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikan < 0.05 (5%) maka terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui dengan cara melihat grafik Scatterplot

⁷⁶ Gani and Amalia, *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*. h.139-140.

⁷⁷ Ibid.

atau dari nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residual error.⁷⁸

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar atau menyempit), maka mengindikasikan bahwa terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika penyebaran titik-titik tidak terdapat pola yang jelas atau menyebar secara menyeluruh mulai dari atas sampai ke bawah angka 0 pada sumbu Y dan X, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier merupakan alat uji yang digunakan pada model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas (independen). Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk mencari pengaruh atau hubungan dari dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dilakukan dalam penelitian ini untuk menganalisa hubungan antara variabel pengetahuan dan variabel manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*.⁷⁹

Adapun rumus persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Minat

⁷⁸ Ibid. h.140.

⁷⁹ Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. h.171.

X_1	= Pengetahuan
X_2	= Kemanfaatan
a	= Konstanta
b	= Koefisien Regresi
e	= <i>error</i>

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji T

Dilakukanya uji T bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hasil dari uji T, maka dapat dilakukan dengan cara melihat besarnya nilai signifikan pada tabel Coefficient yang diperhitungkan dengan SPSS.

- Jika nilai signifikan $> 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikan $< 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Selain dengan perbandingan nilai signifikan cara untuk menentukan keputusan pada uji t juga bisa dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel maka H_0 ditolak (Terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen). Jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel maka H_0 diterima (tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Uji R^2 dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai R^2 pada hasil analisis regresi. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik model penduga dari model penelitian yang dilakukan. Nilai R^2 yaitu mulai dari 0 sampai dengan 1. Semakin besar nilai koefisien determinasi hingga mencapai 1, maka variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi semakin kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas.⁸⁰

⁸⁰ Gani and Amalia, *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*. h.158-159.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia

Perbankan Syariah di Indonesia berperan penting sebagai perantara dalam seluruh kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal. Apalagi Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, hal ini dapat menjadi potensi bagi Indonesia sebagai pemimpin dalam industri keuangan syariah. Untuk meningkatkan perkembangan ekosistem industri halal di Indonesia dapat dilakukan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter. Dukungan pemangku kepentingan (stakeholder) yang kuat juga dapat menjadi faktor utama sebagai pendukung industri keuangan Syariah di Indonesia.⁸¹

Bank Syariah memainkan peran penting sebagai perantara dalam segala kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan perkembangan selama 30 tahun terakhir. Peningkatan layanan, inovasi produk, dan pengembangan jaringan menunjukkan trend positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk berakselerasi juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang menerapkan aksi korporasi. Tidak terkecuali Bank Syariah miliki BUMN, yakni BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BRI Syariah.⁸²

BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri mengalami merger yaitu menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H atau pada tanggal

⁸¹ Bank Syariah Indonesia, "B," accessed February 9, 2023, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

⁸² Ibid.

1 Februari tahun 2021. Penggabungan ketiga bank ini dilakukan untuk menggabungkan keunggulan dari ketiga Bank Syariah tersebut agar dapat memberikan layanan yang lebih komprehensif, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Didukung oleh keterlibatan pemerintah melalui Kementerian BUMN dan sinergi dengan induk perusahaan, Bank Syariah Indonesia didorong agar mampu bersaing di tingkat global. Merger yang dilakukan oleh ketiga Bank Syariah tersebut merupakan upaya yang dapat dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan Bank Syariah kebanggaan masyarakat, yang diharapkan mampu untuk memberikan energi baru untuk pembangunan ekonomi nasional dan mampu berkontribusi dalam kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank BSI mencerminkan wajah Bank Syariah yang universal, modern, dan memberikan kebaikan bagi seluruh alam.⁸³

4.1.2 Visi dan Misi BSI

- Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

- Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi 5 bank teratas berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

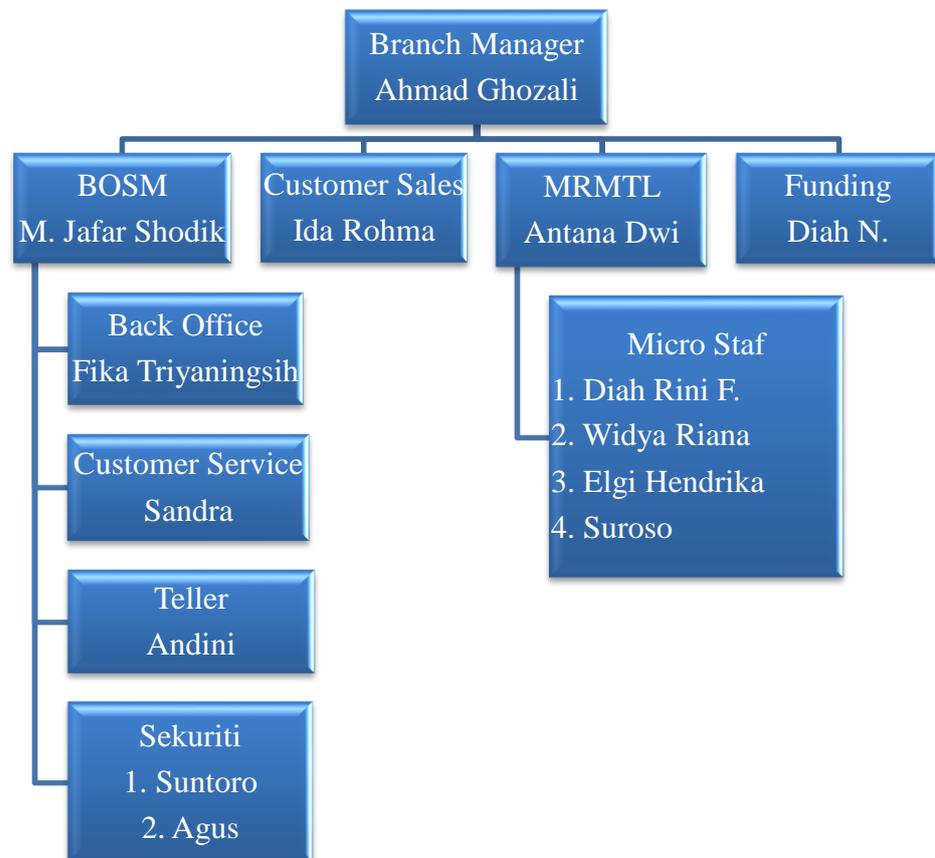
Top 5 bank yang paling menguntungkan di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

⁸³ Ibid.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁸⁴

4.1.3 Struktur Organisasi BSI KCP Pati Kutoharjo



4.1.4 E-Banking Bank Syariah Indonesia

1. BSI ATM *Cash Recycle Machine* (CRM)

BSI ATM Cash Recycle Machine atau ATM setor dan tarik merupakan jenis ATM yang dapat diunakan untuk melayani transaksi setor dan tarik tunai bagi semua nasabah Bank Syariah Indonesia. Selain untuk setor dan tarik tunai Mesin ATM BSI

⁸⁴ Ibid.

juga dapat digunakan untuk bertransaksi yang lain seperti transfer sesama rekening BSI maupun antar bank, pembayaran, cek saldo, pembelian, ganti PIN ATM dan pendaftaran layanan Mobile Banking, serta tarik tunai tanpa kartu.

- Fungsi transaksi BSI ATM CRM :
 - 1) Nasabah dapat melakukan setor dan tarik tunai
 - 2) Nasabah dapat melakukan transfer uang antar rekening BSI
 - 3) Nasabah juga bisa melakukan transfer antar bank
 - 4) Nasabah dapat melakukan transaksi pembayaran maupun pembelian melalui ATM BSI.
 - 5) Nasabah dapat melakukan pengecekan saldo.

2. BSI Mobile

BSI Mobile merupakan layanan digital yang diluncurkan oleh pihak Bank BSI berupa mobile banking untuk menunjang aktivitas rekening tabungan dan transaksi online bagi para nasabahnya. *BSI Mobile* ini tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, *BSI Mobile* dapat diakses kapan dan di mana saja selama terhubung dengan internet dan *BSI Mobile* ini dapat diakses melalui smartphone/HP, baik Android maupun iOS.

- Fitur *BSI Mobile* antara lain sebagai berikut :
 - 1) Dapat memberikan Info rekening seperti mutasi, informasi portofolio, dan informasi saldo kepada nasabah.
 - 2) Dapat memudahkan nasabah untuk melakukan Transfer (online, pindah buku, QRIS, dan SKN)
 - 3) Nasabah dapat melakukan pembayaran seperti pembayaran telepon/HP, zakat/infaq, pembayaran listrik, institusi, akademik, tiket, asuransi, MPN, BPJS, Internet/TV Kabel, PDAM, dan E-commerce)

- 4) Nasabah dapat melakukan pembelian seperti E-money, voucher HP, pembelian token listrik, Prabayar, paket data, Streaming Video & Musik, Top Up EWallet, Kartu Debit OTP dan Aqiqah)
- 5) Nasabah bisa melakukan pembukaan rekening secara online
- 6) Nasabah dapat melakukan tarik tunai di ATM BSI tanpa kartu
- 7) Nasabah dapat melakukan transaksi secara terjadwal
- 8) Nasabah bisa melihat lokasi ATM dan Cabang terdekat
- 9) Nasabah bisa melihat jadwal shalat dan kalimat inspiratif melalui *M-Banking* BSI.
- 10) Dll.

- Keunggulan BSI mobile

1. Sahabat Finansial.

BSI Mobile adalah layanan yang menawarkan berbagai fitur yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan aktivitas finansial sehari-hari.

2. Sahabat Spiritual.

BSI Mobile ini tidak hanya memberikan layanan transaksi finansial saja, tetapi juga menyediakan layanan islami bagi para nasabahnya untuk melakukan ibadah kapan dan di mana saja hanya dengan satu aplikasi. BSI Mobile dapat memberikan informasi mengenai lokasi masjid terdekat, waktu pelaksanaan shalat dll.

3. Sahabat Sosial

Fitur yang tidak terlewatkan dari BSI Mobile adalah menjadi Sahabat Berbagi. Dengan menggunakan fitur

ini nasabah dapat menyalurkan zakat, infaq, dan wakaf dengan mudah di mana saja dan kapan saja dan tidak perlu khawatir akan terjadi kesalahan perhitungan, karena dalam fitur ini dilengkapi dengan kalkulator yang dapat menghitung besaran zakat yang harus dikeluarkan dengan akurat dan tepat. BSI mobile menyediakan berbagai fitur untuk berbagi dengan orang terdekat melalui fitur Berbagi-Ziswaf.

3. BSI Net (Internet Banking)

BSI net banking atau yang biasa disebut sebagai *Internet Banking* merupakan salah satu fitur layanan yang di sediakan oleh pihak bank BSI untuk memfasilitasi nasabahnya. Layanan tersebut dapat digunakan oleh semua nasabah bank BSI untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seperti laptop, PC, ataupun desktop.

- Keunggulan BSI Net

- 1) Kemudahan Monitoring Transaksi.

Dengan layanan BSI Net Nasabah dapat dengan mudah memonitoring riwayat transaksi yang telah dilakukan. Serta memungkinkan nasabah untuk melihat atau mencetak rekening koran hingga 2 tahun terakhir.

- 2) Limit Besar.

Dengan BSI Net nasabah dapat melakukan transaksi dengan limit lebih dari 1 Milyar. Layanan BSI Net ini sangat cocok digunakan oleh Nasabah yang sering melakukan transaksi dengan jumlah yang besar untuk keperluan bisnis.

3) Kemudahan Pengelolaan Keuangan.

Layanan BSI Net dilengkapi dengan fitur Multi User dan Batch Transfer yang dapat memungkinkan nasabah bisa melakukan transfer ke banyak orang dalam satu kali transfer, ini sangat cocok bagi nasabah yang memiliki bisnis yang ingin melakukan pembayaran gaji karyawannya.

4. BSI Aisyah

BSI Aisyah adalah Asisten Interaktif Bank Syariah Indonesia yang dapat membantu nasabah dengan memberikan informasi produk, layanan, dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia. Dengan menggunakan BSI Aisyah ini, nasabah tidak perlu datang ke kantor Bank BSI dan berlama-lama mengantri di teller. Chat bot Aisyah, dapat diakses nasabah melalui website Bank BSI, yakni www.bankbsi.co.id.

- Keunggulan BSI Aisyah
 - a. Layanan informasi kepada nasabah berbasis messaging apps.
 - b. Memberikan layanan komunikasi dua arah antara nasabah maupun non nasabah.
 - c. Dapat mengetahui informasi mengenai produk, layanan, promosi, lokasi ATM & cabang Bank Syariah Indonesia.

4.2 Deskripsi Responden Dan Karakteristik Responden

4.2.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden menggambarkan dan menjelaskan tentang karakteristik dari masing-masing responden yang digunakan pada saat melakukan analisis penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisioner secara langsung kepada nasabah Bank

Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sehingga terdapat beberapa kriteria dalam menentukan sampel. Adapun kriteria nasabah yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu *Satu*, nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. *Kedua*, nasabah yang minat terhadap layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Pada penelitian ini dilakukan pengambilan sampel sebanyak 100 responden dari 31.423 populasi yang ada. Pembagian kuisioner ini dilakukan pada tanggal 24 Januari – 1 Februari 2023, setelah data terkumpul peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS v.21.

4.2.2 Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden menggambarkan karakteristik minat nasabah dalam penggunaan layanan *E-Banking*. Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yang berjumlah 100 orang. Karakteristik ini meliputi Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan.

4.2.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin yang membedakan antara laki-laki dan perempuan. Jumlah responden dapat diketahui dan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Valid	Perempuan	64	64%
	Laki-laki	36	36%
	Total	100	100%

Sumber data: Output spss yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, jumlah responden terbanyak pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 64 orang atau 64% dari total keseluruhan responden. Sedangkan jumlah dari responden laki-laki yaitu berjumlah sebanyak 36 nasabah BSI KCP Pati Kutoharjo atau 36% dari total keseluruhan responden.

4.2.2.2 Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yang diambil sebagai responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Usia	Frekuensi	Persentase
Valid	17-25	30	30%
	26-35	36	36%
	36-45	22	22%
	> 45	12	12%
	Total	100	100%

Sumber data: Output spss yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui usia responden Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yang diambil sebagai sampel. Usia 26-35 tahun adalah usia yang paling banyak mengisi kuesioner pada penelitian ini yaitu sebanyak 36 responden atau 36% dari total keseluruhan responden. Selanjutnya usia 17-35 tahun terdapat 30 responden atau 30%. Untuk usia 36-45 tahun sebanyak 22 responden atau 22%, dan usia responden yang

paling sedikit mengisi kuesioner ini yaitu usia diatas atau lebih dari 45 tahun sebanyak 12 responden atau 12%.

4.2.2.3 Pekerjaan

Pengelompokan responden yang selanjutnya dilihat berdasarkan pada pekerjaan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Adapun data responden berdasarkan pekerjaan yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Valid	Pelajar/Mahasiswa	17	17%
	PNS	5	5%
	Wiraswasta	30	30%
	Pegawai Swasta	20	20%
	Lainya	28	28%
	Total	100	100%

Sumber data: Output spss yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui apa saja pekerjaan dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini. Wiraswasta adalah pekerjaan yang paling banyak mengisi kuesioner pada penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden atau 30% dari total keseluruhan responden. Responden sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 17 responden atau 17%. Responden berdasarkan pekerjaan sebagai PNS berjumlah 5 responden atau 5%, kemudian pegawai swasta berjumlah 20 responden atau 20%, dan untuk pekerjaan lainnya berjumlah 28 responden atau 28% dari total keseluruhan responden.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dapat dilakukan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Salah satu metode analisis data yang paling penting untuk dilakukan pada saat penelitian adalah melakukan pengujian pada instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan sebaliknya instrumen penelitian dikatakan tidak valid apabila instrumen tersebut tidak dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila sudah dilakukan pengukur objek beberapa kali, akan tetapi tetap menghasilkan data yang sama. Untuk mendapatkan hasil instrument yang valid dan reliabel, hal ini tergantung bagaimana penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada responden.

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item pertanyaan. Instrumen pertanyaan dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat dilakukan berdasarkan nilai signifikan dan perbandingan antara nilai r-hitung dengan r-tabel. Menentukan uji validitas dengan nilai signifikan dikatakan valid apabila nilai signifikan $< 5\%$. Menentukan uji validitas dengan cara membandingkan antara nilai r-hitung dengan r-tabel dimana nilai r-hitung harus lebih besar dari pada nilai r-tabel ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$).

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan perhitungan statistik dari SPSS Ver.21, maka dapat dijelaskan hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,751	0,196	Valid
	X1.2	0,746	0,196	Valid
	X1.3	0,719	0,196	Valid
	X1,4	0,791	0,196	Valid
	X1.5	0,804	0,196	Valid
Manfaat (X2)	X2.1	0,743	0,196	Valid
	X2.2	0,747	0,196	Valid
	X2,3	0,864	0,196	Valid
	X2.4	0,820	0,196	Valid
	X2.5	0,813	0,196	Valid
	X2.6	0,726	0,196	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,734	0,196	Valid
	Y.2	0,777	0,196	Valid
	Y.3	0,765	0,196	Valid
	Y.4	0,704	0,196	Valid
	Y.5	0,801	0,196	Valid

Sumber data: Output spss yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai r-hitung lebih besar dari pada nilai r-tabel yaitu sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ (5%). Artinya setiap item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini secara keseluruhan dari variabel Pengetahuan (X₁), variabel Manfaat (X₂) dan variabel Minat (Y) adalah valid. Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai validitas yang cukup tinggi sehingga layak untuk digunakan dan dilakukan pengujian ke tahap berikutnya.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kekonsistenan hasil pengukuran apabila dilakukan pengukuran sebanyak dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dilakukan menggunakan alat ukur yang sama pula. Tingkat reliabilitas suatu variabel dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60 (> 0.60). Berikut adalah hasil uji reabilitas yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reabilitas	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,815	0,60	<i>Reliabel</i>
Manfaat (X2)	0,875	0,60	<i>Reliabel</i>
Minat (Y)	0,812	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber data: Output spss yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa seluruh instrumen dari masing-masing variabel yang diuji memiliki *Cronbach Alpha* > 0.60 . Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan (X₁), variabel Manfaat (X₂) dan variabel Minat (Y) dapat dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Dilakukanya uji normalitas dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini dilakukanya uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan cara *one sample Kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik dengan *P-P Plot Of Regression Standardized Residual*. Pedoman pengambilan keputusan dengan *one sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu dengan melihat nilai Signifikan. Apabila nilai signifikansi $> 5\%$ maka data berdistribusi normal. Analisis grafik dengan *P-P Plot Of Regression Standardized Residual* model regresi berdistribusi normal apabila titik-titik pada grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya. Berikut adalah hasil pengujian *One Sample Kolmogrov-Smirnov* :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

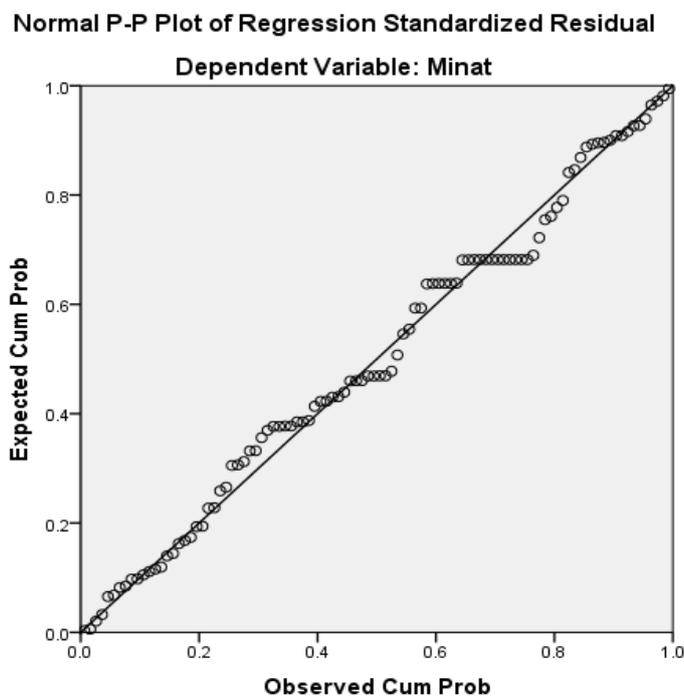
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80042485
	Absolute	.079
Most Extreme Differences	Positive	.079
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.786
Asymp. Sig. (2-tailed)		.567

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, diperoleh nilai signifikansi yaitu sebesar 0,567 lebih besar dari pada 5 % ($0,567 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini juga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan karena memenuhi asumsi normalitas yaitu $< 5\%$ ($0,05$).

Grafik 4.1
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan grafik *P-P Plot Of Regression Standardized Residual* diatas, menunjukan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar garis lurus, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau tidak pada variabel independen. Model regresi dikatakan baik apabila terbebas dari gejala multikolinieritas. Untuk mengetahui model regresi terbebas dari gejala multikolinieritas atau tidak maka dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*Tolerance dan Variance Inflation Factor*) pada model regresi. Cara melihat dengan nilai *Tolerance* yaitu apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari pada 0,10 ($> 0,10$), maka tidak terjadi gejala Multikolinieritas. Melihat dengan nilai VIF yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 (< 10), maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 (> 10), maka dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas. Adapun hasil dari uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.394	1.572		3.431	.001		
1 Pengetahuan	.216	.092	.230	2.348	.021	.565	1.771
Manfaat	.393	.075	.513	5.230	.000	.565	1.771

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel Pengetahuan (X_1) dan variabel Manfaat (X_2) masing-masing memiliki nilai VIF sebesar 1,771. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi, variabel Pengetahuan dan variabel Manfaat tidak terjadi gejala multikolinieritas karena nilai VIFnya $1,771 < 10,0$. Jika dilihat dari nilai *tolerance* untuk variabel Pengetahuan (X_1) dan

variabel Manfaat (X_2) mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,565 yang artinya nilai *tolerance* dari kedua variabel independen tersebut lebih besar dari 0,10 ($0,565 > 0,10$). Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Dilakukanya uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian secara residual pada model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi dikatakan baik apabila model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser dengan memeriksa nilai signifikansinya. Jika nilai signifikan $> 5\%$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan cara melihat grafik *Scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan jika penyebaran titik-titik tidak terdapat pola yang jelas atau menyebar secara menyeluruh mulai dari atas sampai ke bawah angka 0 pada sumbu Y dan menyebar mulai dari kanan sampai kiri angka 0 pada sumbu X, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas yaitu sebagai berikut :

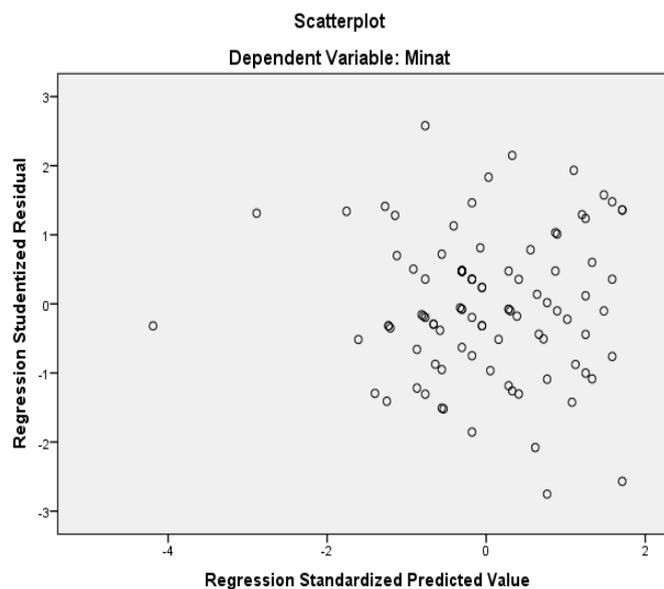
Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.223	.956		.234	.816
1 Pengetahuan	-.007	.056	-.018	-.134	.894
Manfaat	.054	.046	.158	1.184	.239

a. Dependent Variable: RES_2

Dari tabel 4.8 diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel Pengetahuan (X_1) adalah sebesar 0,894 dan nilai signifikansi dari variabel Manfaat (X_2) adalah sebesar 0,239 dimana dari kedua variabel ini memiliki nilai sig. > 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Grafik 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu dengan jelas, serta penyebaran titik-titiknya berada diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Horizontal) dan menyebar berada di kanan dan kiri angka 0 pada sumbu X (Vertikal). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan dengan tujuan untuk mencari hubungan atau pengaruh dari dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisa hubungan antara variabel pengetahuan, dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*. Berikut adalah hasil uji regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.394	1.572		3.431	.001
	Pengetahuan (X1)	.216	.092	.230	2.348	.021
	Manfaat (X2)	.393	.075	.513	5.230	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan pada tabel 4.9 diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5.394 + 0,216 X_1 + 0,393 X_2 + 1.572$$

Keterangan :

Y = Minat Menggunakan Layanan E-Banking

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Manfaat

e = Variabel gangguan

Berdasarkan nilai koefisien regresi dengan persamaan regresi di atas maka dapat diperoleh hasilnya sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 5,394 berarti bahwa jika variabel pengetahuan dan manfaat sama dengan nol, maka minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo adalah sebesar 5,394.
2. Nilai koefisien variabel pengetahuan (X_1) sebesar 0,216 yang artinya apabila variabel pengetahuan ditingkatkan dalam hal ini pengetahuan tentang *E-Banking*, fitur *E-Banking*, dan pengetahuan tentang harga produk, maka variabel minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo akan meningkat sebesar 0,216. Dengan asumsi bahwa variabel lainya tetap konstanta (bernilai tetap).
3. Nilai koefisien variabel manfaat (X_2) sebesar 0,393 yang artinya apabila variabel manfaat ditingkatkan dalam hal ini meningkatkan produktivitas, kegunaan *E-Banking*, meningkatkan efektivitas, dan mendukung aktivitas, maka variabel minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo akan meningkat sebesar 0,393. Dengan asumsi bahwa variabel lainya tetap konstanta (bernilai tetap).

4. 6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji T

Dilakukanya uji t bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T dilakukan dengan melihat besarnya nilai signifikan pada tabel Coefficient. Jika nilai signifikan $< 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Selain dengan perbandingan nilai signifikan cara lain untuk menentukan keputusan pada uji t juga

dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel. Apabila nilai t-hitung lebih besar dari pada nilai t-tabel (t-hitung > t-tabel), maka H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, apabila nilai t-hitung lebih kecil dari pada nilai t-tabel (t-hitung < t-tabel), maka H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.10
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.394	1.572		3.431	.001
1 Pengetahuan (X1)	.216	.092	.230	2.348	.021
1 Manfaat (X2)	.393	.075	.513	5.230	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Berdasarkan Hasil uji T pada tabel 4.10 diatas maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t diatas dapat diketahui bahwa nilai t-hitung pada variabel pengetahuan adalah sebesar 2,348 dengan nilai sig. 0,021. Artinya nilai t-hitung > t-tabel (2,348 > 1,984) dengan nilai sig. 0.021 < 0,05 (5%), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*.
2. Berdasarkan hasil uji t diatas diketahui bahwa nilai t-hitung pada variabel manfaat adalah sebesar 5,230 dengan nilai sig. 0,000. Artinya nilai t-hitung > t-tabel (5,230 > 1,984)

dengan nilai sig. $0.000 < 0,05$ (5%), maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking*.

4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Uji R^2 dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai R^2 pada hasil analisis regresi. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin baik model penduga dari model penelitian yang dilakukan. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi semakin kecil, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas. Berikut adalah hasil uji R^2 :

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.473	.462	1.81889

a. Predictors: (Constant), Manfaat (X2), Pengetahuan (X1)

Dari hasil uji Adjusted R Square (R^2) pada tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independen (variabel pengetahuan dan variabel manfaat) terhadap minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* adalah sebesar 0,462 atau 46,2%. Artinya variabel pengetahuan dan variabel manfaat sebagai variabel independen mampu mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* adalah sebesar 46,2%. Sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E-Banking* Di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui, bahwa hasil yang didapatkan dari analisis data yang telah dilakukan menggunakan SPSS v.21 dengan melakukan pengujian uji T atau uji secara parsial pada variabel Pengetahuan (X_1) diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,348 dengan nilai sig. 0,021. Artinya nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel $2,348 > 1,984$ dengan nilai sig. $0.021 < 0,05$ (5%). Dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan (X_1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo, sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Konsep pengetahuan yang dimaksud pada penelitian ini yaitu apabila seorang nasabah memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan *E-Banking* yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia maka akan menimbulkan minat atau ketertarikan dari nasabah tersebut untuk menggunakan layanana *E-Banking*. Apabila nasabah tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan *E-Banking* maka tidak akan ada minat atau ketertarikan dari nasabah untuk memanfaatkan atau menggunakan layanan *E-Banking* yang ditawarkan oleh pihak perbankan. Hal ini mengidentifikasikan bahwa pengetahuan seorang nasabah dapat mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Pada penelitian ini variabel pengetahuan sebagai variabel independen (variabel bebas) memberikan pengaruh yang bersifat positif yang artinya semakin tinggi pengetahuan nasabah tentang *E-Banking* maka akan semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nina Rizky, Nyoman Putra Yasa dan Made Arie Wahyuni (2018) tentang minat menggunakan *E-Banking* dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng dengan hasil variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Banking*. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Else Willi Febriani (2020) tentang minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* dengan hasil variabel Pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *Mobile Banking*.

2. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui, bahwa hasil yang didapatkan dari analisis data yang telah dilakukan menggunakan SPSS v.21 dengan melakukan pengujian uji T atau uji secara parsial pada variabel Manfaat (X_2) diperoleh nilai t-hitung sebesar 5,230 dengan nilai sig. 0,000. Artinya nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel $5,230 > 1,984$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ (5%). Dapat disimpulkan bahwa variabel Manfaat (X_2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Manfaat merupakan tingkat dimana seorang individu percaya bahwa dalam penggunaan suatu sistem teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang dimaksud dalam penelitian ini apabila seorang nasabah percaya bahwa dalam penggunaan layanan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia dapat mendatangkan manfaat baginya, maka dia akan memiliki minat untuk menggunakannya. Sebaliknya apabila seorang nasabah percaya bahwa layanan *E-Banking* tidak bermanfaat baginya, maka nasabah tidak akan memiliki

minat untuk menggunakan layanan *E-Banking* yang disediakan oleh pihak perbankan. Hal ini dapat dikatakan bahwa Manfaat dapat mempengaruhi minat seorang nasabah untuk menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo. Pengaruh variabel manfaat sebagai variabel independen (variabel bebas) dalam penelitian ini bersifat positif yang artinya semakin tinggi manfaat maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bhalqis Nagib, M. Faisyal Abdullah dan Rahman Hakim (2021) tentang minat nasabah dalam menggunakan *E-Banking* di bank syariah xxx dengan hasil variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *E-Banking* di bank syariah xxx. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bahcmid dan Abdul Jalil tentang minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu dengan hasil bahwa variabel manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Bank Mega Syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh pengetahuan dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo Periode Tahun 2022-2023, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji T yang telah dilakukan pada variabel pengetahuan diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,348 dengan nilai sig. 0,021. Nilai t-hitung > t-tabel ($2,348 > 1,984$) dengan nilai sig. $0,021 < 0,05$ (5%). Sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel Pengetahuan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.
2. Berdasarkan uji T yang telah dilakukan pada variabel manfaat diperoleh nilai t-hitung sebesar 5,230 dengan nilai sig. 0,000. Nilai t-hitung > t-tabel ($5,230 > 1,984$) dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ (5%). Sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel Manfaat (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka disarankan :

1. Untuk Bank BSI KCP Pati Kutoharjo

Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo diharapkan untuk terus berupaya memberikan informasi mengenai fasilitas layanan *E-Banking* yang ada di Bank BSI KCP Pati Kutoharjo kepada nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi mengenai

layanan *E-Banking* yang ada di Bank BSI ketika nasabah membuka rekening baru. Diharapkan Bank BSI KCP Pati Kutoharjo juga meningkatkan manfaat dari layanan *E-Banking* dengan meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan cara menginformasikan apa saja manfaat *E-Banking* di BSI agar nasabah lebih mengetahui apa saja manfaat yang akan diberikan ketika mereka menggunakan layanan tersebut sehingga membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan layanan *E-Banking* BSI dan memperluas jaringan akses layanan *E-Banking* sampai ke plosok desa.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain seperti keamanan, kepercayaan, risiko maupun variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Karena variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *E-Banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Pati Kutoharjo yaitu sebesar 46,2%. Sedangkan sisanya sebesar 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya juga dapat mengambil atau menambah sampel yang lebih besar dari penelitian sebelumnya, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih mewakili atas apa yang sebenarnya terjadi dilapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adibah, Ayuk Wahdanfiari. “Studi Analisis Pembentukan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Dalam Perspektif Politik Hukum Nasional.” *Jurnal Perbankan Syariah* 02, no. 21 (2016).
- Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, M.Si. Hardani, S.Pd., Grad. Cert. Biotech Nur Hikmatul Auliya, et al. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Arnando, Arnold. “PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA GADAI ONLINE.” President University, 2018.
- Asja, Hasanah Jaya, Susanti Santi, and Fauzi Achmad. “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat Di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI Jakarta).” *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)* 2 (2021): 310–325.
- Asra, Abuzar, and Achmad Prasetyo. *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*. Jakarta: Rajagrafindo persada, 2015.
- Atieq, Muhammad Qoes, and Eva Nurpiani. “PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa* 2 (2022): 752–774.
- Bank Syariah Indonesia. Accessed February 9, 2023. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

- Bank Syariah Indonesia. “Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia.” *Bankbsi.Co.Id*. Accessed November 22, 2022. <https://www.bankbsi.co.id/>.
- Barusman, M Yusuf S. “Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan Ditinjau Dari Structure-Conduct-Performance Paradigm Di Indonesia.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1, no. 1 (2013).
- Benu, Fred L., and Agus S. Benu. *Metode Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya*. Pertama. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2019.
- Bulkia, Sri, Ana Sofia Herawati, and Nurul Hasanah. “Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin.” *At-Tadbir : jurnal ilmiah manajemen* 3, no. 2 (2019): 90–97.
- Dewi, Siska. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Personal Attitude Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada User E-Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus).” IAIN KUDUS, 2022.
- Dr. Drs. Ngatno, MM. “BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN.Pdf,” 2015.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: deepublish, 2019.
- Fernos, Jhon, and Mairizal Alfadino. “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya.” *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16 (2021): 115–125.
- Gani, Irwan, and Siti Amalia. *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik Untuk*

- Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI), 2018.
- Hamdi, Asep Saepul, and E. Bahruddin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Hardani, Hikmatul, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. “Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.” *Yogyakarta: Pustaka Ilmu* (2020).
- Hermawan, Asep, and Husna Leila Yusran. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Pertama. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Irawan, Irawan. “Acceptance Analysis of Accounting Software User Though Technology Acceptance Model.” *Jurnal Ilmiah ESAI* 9, no. 1 (2015).
- Kemenag, Qur’an. “Qur’an Kemenag.” Accessed February 9, 2023. <https://quran.kemenag.go.id>.
- Kemp, Simon. “Digital 2022 Indonesia,” 2022. <https://datareportal.com/reports/digital-2022indonesia?msclkid=54849450ac3011eca46cf06ec644a888>.
- Kholid, Fernanda Idham, and Embun Duriyani Soemarso. “Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang.” *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2018): 49–57. <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>.
- Khotimah, Husnul, Sabar Warsini, and Yenni Nuraeni. “Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah Di Pasar Modal.” *jurnal Account* (2016): 423–433. <http://akuntansi.pnj.ac.id/upload/artikel/files/SabarWaarsiniJuni2016.pdf>.
- kumparanBISNIS. “Bank Syariah Indonesia Targetkan 40 Juta Nasabah Di 2025.”

Kumparan.Com. Last modified 2022. Accessed November 30, 2022. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/bank-syariah-indonesia-targetkan-40-juta-nasabah-di-2025-1ytaHFKE1xz/1>.

Mahyarni. "THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)." *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (2013): 13.

Marlina, Lina. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya." *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 1 (2020): 33–40.

Martana, Salmon Priaji. "Problematika Penerapan Metode Field Research Untuk Penelitian Arsitektur Vernakular Di Indonesia." *DIMENSI (Journal of Architecture and Built Environment)* 34, no. 1 (2006): 59–66.

Mutammam, Ujang Sumarwan, and Netti Tinaprilla. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Merek Green Nitrogen." *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* Vol, 5 No. (2019): 1–241.

Nagib, Bhalqis, M Faisyal Abdullah, and Rahmad Hakim. "Determinan Pengaruh Brand Image , Fitur Layanan , Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Banking Di Bank." *International Journal of Islamic Economics Development and Innovation (IJIEDI)* 1, no. 1 (2021): 1–9.

Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and M. Budiantara. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA, 2017.

Otoritas Jasa Keuangan. "Bijak Ber-EBanking." *Otoritas Jasa Keuangan* (2015): 1–91.

Pebruati, Sri Eka, Siti Ragil Handayani, and Zahroh Z.A. "Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang)." *Jurnal Profit* 7, no. 1 (2012): 61–75.

- Populix. “Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps” (2022): 1–18. <https://info.populix.co/report/digital-banking-survey/>.
- Priadana, M Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021.
- Retnaningsih, Ragil. “HUBUNGAN PENGETAHUAN DAN SIKAP TENTANG ALAT PELINDUNG TELINGA DENGAN PENGGUNAANNYA PADA PEKERJA DI PT. X.” *Journal of Industrial Hygiene and Occupational Health* 1 (2016): 67–82.
- Rizky, Nina. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng.” *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha* 9, no. 2 (2018): 191–202.
- Rodiyah, Nunung, Murniati, Rilda, and Ade Oktariatas KY. *Hukum Perbankan Syariah; Tinjauan Teoritis Dan Aspek Hukum Nasional*. Pertama. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2019.
- Roisiyatin, and Rida Raudatun Nisa. “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Tabungan Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam.” *Ad Diwan* 1, no. 1 (2021): 28–34.
- Saputra, Agung Joni. “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Akan Minat, Motivator, Pelatihan Profesional, Gender Dan Lingkungan Pekerjaan Terhadap Pilihan Karir Akuntan Publik Dan Non Publik.” *JRAMB* 4 (2018): 126–135.
- Suharini, Mieke. “Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking.” *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 15, no. 3 (2011).
- Suharyat, Yayat. “Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia.” *Jurnal region* 1, no. 3 (2009): 1–19.
- Sunardi, and Ana Maftukhah. “Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi

Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan).” *Jurnal Islaminomic* 6 (2015): 1–51.

Supranto, Johanes. “Statistik Teori Dan Aplikasi Edisi Ketujuh.” *Jakarta: Erlangga* (2009).

Syafnidawaty. “HIPOTESIS.” *Raharja.Ac.Id*. Last modified 2020. Accessed September 21, 2022. <https://raharja.ac.id/2020/11/04/hipotesis/>.

syahrudin dan salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.

Telkomsel Digiads. “Mengenal Lebih Dekat Pengguna Perbankan Digital Di Indonesia.” *Digiads.Id*. Last modified 2022. Accessed November 30, 2022. <https://digiads.id/insight/mengenal-lebih-dekat-pengguna-perbankan-digital-di-indonesia>.

Waluyoningrum, Fitri. “Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Banking Nasabah Bank Jateng Syariah Kudus.” IAIN Kudus, 2021.

Yansyah, yudi. “Mimbar Dakwah Sesi 67: Sebaik-Baik Manusia.” Last modified 2020. <https://jabar.kemenag.go.id>.

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

C. Kuesioner

Variabel Pengetahuan

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	E-Banking juga dikenal dengan istilah <i>Elektronik Banking</i>					
2.	E-Banking adalah layanan perbankan secara online yang dapat diakses kapan dan dimana saja secara mudah, aman, dan cepat selama terhubung dengan jaringan internet					
3.	E-Banking di Bank Syariah Indonesia memiliki 4 fitur yakni BSI ATM CRM, BSI Mobile, BSI Net, dan BSI Aisyah					
4.	Fitur E-Banking Bank Syariah Indonesia (BSI ATM CRM, BSI Mobile, BSI Net, dan BSI Aisyah) mudah untuk digunakan dan dipelajari					
5.	Registrasi pembuatan (SMS Banking, Mobile Banking, dan Internet Banking) tidak memerlukan biaya					

Variabel Manfaat

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Menggunakan layanan E-Banking dapat menambah produktivitas saya					
2.	E-Banking memiliki banyak manfaat bagi nasabah seperti memudahkan untuk transaksi keuangan seperti transfer antar bank, pembayaran listrik, pembayaran kartu kredit, dll					
3.	Menggunakan layanan E-Banking dapat menghemat waktu dan biaya					
4.	Transaksi yang dilakukan dengan layanan E-Banking sangat efektif (transaksi dapat dilakukan kapan dan dimana saja)					
5.	E-Banking dapat melakukan segala macam transaksi yang dibutuhkan nasabah					
6.	Layanan E-Banking BSI sangat mendukung aktivitas saya					

Variabel Minat

No.	Pertanyaan	Pilihan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan E-Banking Bank Syariah Indonesia karena dapat memudahkan transaksi perbankan					
2.	Saya berminat untuk menggunakan E-Banking bank BSI sebagai pilihan utama					

	untuk melakukan transaksi karena memberikan keamanan bagi penggunanya					
3.	Saya menggunakan layanan E-Banking bank BSI karena sesuai dengan kebutuhan saya					
4.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk bertransaksi menggunakan layanan E-Banking di BSI					
5.	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan E-Banking BSI dimasa depan					

☺ TERIMA KASIH ☺

Lampiran 2 : Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Variabel Pengetahuan (X_1)

RES	1	2	3	4	5	Total
1	4	5	5	4	4	22
2	4	5	5	5	5	24
3	5	4	4	4	4	21
4	4	4	3	4	3	18
5	4	4	4	3	5	20
6	4	5	5	5	5	24
7	5	5	5	4	5	24
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20
10	4	5	4	4	5	22
11	5	5	4	5	5	24
12	4	4	4	4	4	20
13	3	4	3	4	4	18
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	5	5	3	5	5	23
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	5	21
19	4	4	5	4	4	21
20	5	5	5	5	4	24
21	5	5	4	3	4	21
22	5	4	4	4	5	22
23	3	3	2	3	2	13
24	5	4	4	5	4	22
25	5	4	4	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20
27	4	5	3	4	5	21
28	5	4	5	5	3	22
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	3	1	16
31	4	4	3	3	3	17
32	4	4	3	3	4	18
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	3	3	2	16
35	4	4	4	4	4	20
36	4	5	4	4	4	21

37	5	4	3	4	3	19
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	5	5	22
42	5	5	4	4	4	22
43	4	4	4	4	4	20
44	5	5	5	4	3	22
45	4	4	4	4	4	20
46	5	4	5	4	3	21
47	5	5	5	5	5	25
48	4	5	4	4	4	21
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	3	3	3	19
51	4	5	4	4	4	21
52	4	3	4	4	4	19
53	4	4	4	5	4	21
54	5	5	5	5	5	25
55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	5	5	5	25
57	4	5	4	5	4	22
58	4	5	4	5	4	22
59	4	4	3	4	5	20
60	4	5	4	4	4	21
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	3	3	4	18
63	5	5	4	4	4	22
64	3	3	3	3	3	15
65	5	5	5	5	5	25
66	4	5	4	4	3	20
67	2	4	4	4	2	16
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	4	4	5	23
72	2	4	3	3	2	14
73	5	5	5	5	5	25
74	3	3	4	3	3	16
75	5	4	4	4	4	21
76	4	4	4	4	4	20
77	5	5	5	4	3	22

78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	4	4	5	23
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	4	4	4	22
82	3	4	4	4	3	18
83	5	4	4	4	4	21
84	4	4	4	4	4	20
85	4	5	4	5	5	23
86	5	4	5	3	3	20
87	5	5	5	4	5	24
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	4	5	24
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	4	4	3	21
92	3	4	4	3	3	17
93	4	3	4	3	3	17
94	4	4	4	4	4	20
95	3	4	4	4	3	18
96	5	3	5	4	4	21
97	4	4	4	3	4	19
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	5	3	3	19
100	5	4	5	3	4	21

2. Jawaban Responden Variabel Manfaat (X₂)

RES	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	3	5	5	5	5	5	28
2	5	4	5	5	5	4	28
3	4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	4	4	5	4	5	27
8	3	4	4	4	4	3	22
9	3	4	4	4	4	3	22
10	4	5	5	5	5	4	28
11	3	5	5	5	5	4	27
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	3	4	23
14	4	4	4	4	4	4	24

15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	5	5	5	4	27
17	4	5	5	5	5	5	29
18	5	5	5	5	5	5	30
19	3	4	4	4	4	3	22
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	5	4	3	4	4	24
22	4	5	5	5	5	5	29
23	2	2	1	1	2	3	11
24	5	5	4	4	4	4	26
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	4	3	4	5	26
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	5	5	5	4	4	27
30	3	4	4	5	4	4	24
31	4	4	4	4	4	3	23
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	5	5	5	5	4	28
34	4	4	4	5	4	4	25
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	5	5	4	4	26
37	5	5	5	5	5	4	29
38	4	5	5	5	4	5	28
39	4	5	4	5	5	5	28
40	5	5	4	3	3	4	24
41	3	5	5	5	4	4	26
42	4	5	5	5	4	4	27
43	4	4	4	3	3	4	22
44	3	3	4	3	3	3	19
45	4	4	4	4	4	4	24
46	3	5	5	4	4	4	25
47	4	5	5	5	4	5	28
48	4	5	5	4	4	4	26
49	5	5	5	5	5	5	30
50	3	5	5	5	5	3	26
51	4	4	4	4	4	4	24
52	3	4	3	3	4	4	21
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	5	5	5	4	4	27
55	4	4	4	4	4	4	24

56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	4	5	4	4	4	26
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	4	3	4	3	21
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	3	3	22
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	4	4	4	5	25
67	3	4	4	4	3	4	22
68	5	5	5	5	5	4	29
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	3	23
71	4	5	5	5	4	4	27
72	3	4	4	3	3	4	21
73	4	5	5	5	5	4	28
74	1	1	1	4	4	4	15
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	5	4	4	25
79	4	5	4	4	4	4	25
80	3	3	4	4	3	3	20
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	3	4	4	4	4	23
84	3	4	4	3	3	3	20
85	4	4	5	5	5	4	27
86	3	5	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	4	4	4	4	26
90	3	4	4	4	3	4	22
91	4	4	4	3	3	3	21
92	3	5	4	3	4	3	22
93	3	4	3	3	4	3	20
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	24
96	3	5	4	3	3	3	21

97	4	5	4	3	4	3	23
98	4	4	4	4	4	4	24
99	3	5	4	4	4	3	23
100	4	5	4	3	4	4	24

3. Jawaban Responden Variabel Minat (Y)

RES	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
1	4	5	5	4	5	23
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	4	21
4	5	3	4	3	4	19
5	5	5	3	3	3	19
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	5	4	21
8	3	3	3	3	4	16
9	4	4	4	3	4	19
10	4	5	4	5	4	22
11	5	5	4	5	4	23
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	3	3	4	18
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	3	4	19
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	4	5	24
19	4	4	3	3	3	17
20	5	4	5	4	5	23
21	4	3	4	3	4	18
22	5	5	5	5	5	25
23	2	2	2	3	3	12
24	4	3	3	4	4	18
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	3	4	3	18
28	5	4	4	5	5	23
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	4	3	18
31	4	4	4	4	3	19
32	3	3	4	3	3	16
33	4	4	3	3	3	17

34	4	3	4	3	4	18
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	5	4	3	4	4	20
38	5	4	4	4	5	22
39	5	5	5	4	5	24
40	4	4	4	3	3	18
41	4	4	5	4	4	21
42	4	4	4	4	5	21
43	4	5	5	5	4	23
44	4	3	4	3	3	17
45	4	4	4	4	4	20
46	4	5	3	3	3	18
47	5	4	4	3	5	21
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	3	5	5	23
51	4	3	3	3	3	16
52	4	4	4	3	4	19
53	4	4	4	4	4	20
54	5	4	4	4	4	21
55	5	4	3	4	3	19
56	5	5	5	4	5	24
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	3	4	4	19
60	4	4	5	4	5	22
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	4	3	4	19
64	3	3	3	3	3	15
65	5	5	5	5	5	25
66	5	4	4	4	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	3	4	22
69	4	4	4	4	3	19
70	4	3	3	3	3	16
71	5	4	4	4	4	21
72	5	4	3	3	4	19
73	4	4	4	4	4	20
74	4	1	4	4	4	17

75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	3	4	19
78	5	4	5	4	4	22
79	4	4	4	4	4	20
80	3	3	3	4	4	17
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	5	4	4	21
84	4	3	4	3	3	17
85	3	3	3	4	3	16
86	4	3	4	3	4	18
87	4	5	4	4	4	21
88	4	3	4	4	3	18
89	5	5	4	3	3	20
90	4	4	4	3	3	18
91	4	3	4	3	3	17
92	5	3	4	3	5	20
93	3	3	3	4	3	16
94	4	4	4	4	4	20
95	4	3	4	3	3	17
96	4	3	3	3	3	16
97	4	3	4	3	4	18
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	3	3	18
100	4	3	4	4	4	19

Lampiran 3 : Uji Karakteristik Responden

a. Presentase Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	64	64.0	64.0
	Laki-laki	36	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

b. Presentase Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	30	30.0	30.0
	26-35 tahun	36	36.0	66.0
	36-45 tahun	22	22.0	88.0
	>45 tahun	12	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

c. Presentase Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	17	17.0	17.0
	PNS	5	5.0	22.0
	Wiraswasta	30	30.0	52.0
	Pegawai Swasta	20	20.0	72.0
	Lainya	28	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Lampiran 4 : Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel Pengetahuan

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
	Pearson Correlation	1	.498**	.501**	.400**	.473**	.751**
X1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.498**	1	.406**	.531**	.487**	.746**
X1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.501**	.406**	1	.486**	.386**	.719**
X1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.400**	.531**	.486**	1	.609**	.791**
X1.4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.473**	.487**	.386**	.609**	1	.804**
X1.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.751**	.746**	.719**	.791**	.804**	1
Total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Uji Validitas Variabel Manfaat

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
	Pearson Correlation	1	.497**	.558**	.407**	.456**	.565**	.743**
X2.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.497**	1	.732**	.412**	.504**	.376**	.747**
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.558**	.732**	1	.724**	.610**	.422**	.864**
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000

N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.407**	.412**	.724**	1	.742**	.560**	.820**
X2.4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.456**	.504**	.610**	.742**	1	.550**	.813**
X2.5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.565**	.376**	.422**	.560**	.550**	1	.726**
X2.6 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.743**	.747**	.864**	.820**	.813**	.726**	1
Total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

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

c. Uji Validitas Variabel Minat

Correlations						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Pearson Correlation	1	.557**	.462**	.289**	.514**	.734**
Y1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.557**	1	.453**	.462**	.419**	.777**
Y2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.462**	.453**	1	.389**	.598**	.765**
Y3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.289**	.462**	.389**	1	.512**	.704**
Y4 Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.514**	.419**	.598**	.512**	1	.801**
Y5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.734**	.777**	.765**	.704**	.801**	1
Total Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 5 : Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

b. Uji Reliabilitas Variabel Manfaat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	6

c. Uji Reliabilitas Variabel Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

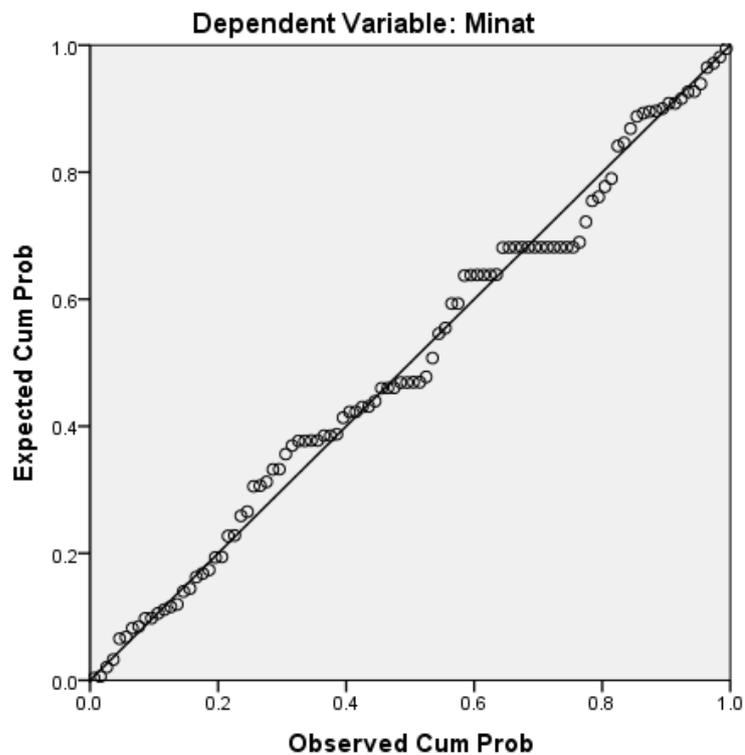
a. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80042485
	Absolute	.079
Most Extreme Differences	Positive	.079
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.786
Asymp. Sig. (2-tailed)		.567

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



b. Uji Multikolinieritas

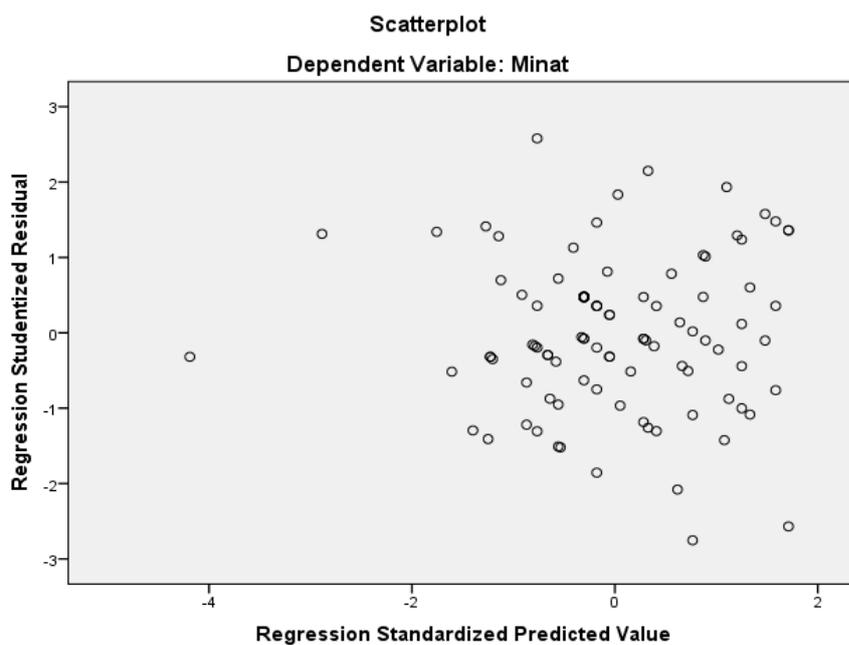
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.394	1.572		3.431	.001		
1 Pengetahuan	.216	.092	.230	2.348	.021	.565	1.771
Manfaat	.393	.075	.513	5.230	.000	.565	1.771

a. Dependent Variable: Minat

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.223	.956		.234	.816
1 Pengetahuan	-.007	.056	-.018	-.134	.894
Manfaat	.054	.046	.158	1.184	.239

a. Dependent Variable: RES_2



Lampiran 7 : Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.394	1.572		3.431	.001
1 Pengetahuan (X1)	.216	.092	.230	2.348	.021
Manfaat (X2)	.393	.075	.513	5.230	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Lampiran 8 : Uji Hipotesis

a. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.394	1.572		3.431	.001
1 Pengetahuan (X1)	.216	.092	.230	2.348	.021
Manfaat (X2)	.393	.075	.513	5.230	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.473	.462	1.81889

a. Predictors: (Constant), Manfaat (X2), Pengetahuan (X1)

Lampiran 9 : Surat Keterangan Penelitian



PT. BANK SYARIAH
INDONESIA Tbk
KCP Pati Kutoharjo
Jl. Dr. Susanto No 143 Pati
Pati 59118 Indonesia

01 Maret 2023
No.03/ /03/19389

Kepada
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO
SEMARANG
Di tempat

Perihal: **Surat Keterangan Penelitian**

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.
Semoga Saudara dan seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan
senantiasa mendapat perlindungan dari Allah SWT.
Berdasarkan perihal di atas, dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Antika Dwi Pratiwi
NIM : 1905036084
Jurusan : Perbankan Syariah

Benar - benar telah melakukan penelitian skripsi dengan Judul Pengaruh
Pengetahuan dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E- Banking di
Bank Syariah Indonesia Cabang Kutoharjo Pati.
Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan persetujuan Bapak
kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KCP/PATI KUTOHARJO



Muhamad Jafar Sodik
BOSM

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. IDENTITAS PENULIS

Nama : Antika Dwi Pratiwi
Tempat, Tanggal Lahir : Rembang, 26 Agustus 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dk. Jatigenuk Ds. Sumber RT 1 RW 7 Kec.
Sumber Kab. Rembang
No. Telepon : 085867659901
Email : antikapratiwi86554@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : MI Islamiyah Sumber
SMP : MTs N Sumber
SMA : SMA N 1 Sumber
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo