

**ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, RISIKO, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL
SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

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



Af'idatunnisa

1905036086

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

2023



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

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Af'idatunnisa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Af'idatunnisa

NIM : 1905036086

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Z Di Kota Semarang

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. A. Turmudi, SH., M.AG.

NIP. 196907082005011004

Semarang, 25 September 2023

Pembimbing II

Mashilal, M.Si.

NIP.198607312019031008



PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Nama : Af'idatunnisa

NIM : 1905036086

Jurusan : SI Perbankan Syariah

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, RISIKO, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL
SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude/baik/cukup pada tanggal: 15 Desember 2023.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 15 Desember 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Muvasarah, M.SI.
NIP.197104292016012901

Sekretaris Sidang,

Mashilal, M.SI.
NIP.198405162019031005

Penguji Utama I,

Arif Afendi, S.E., M.Sc.
NIP.198505262015031002

Penguji Utama II,

Kartika Marella Vanni, M.E.
NIP.199304212019032028



Pembimbing I,

Dr. A. Turmudi, SH., M.AG.
NIP.196907082005011004

Pembimbing II,

Mashilal, M.SI.
NIP.198405162019031005

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dengan limpahan nikmat dan karunia-Nya telah memberi kelancaran dan pengetahuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Alm. Fadholi yang sering saya panggil bapak, yang saya hormati dan sayangi,
2. Almh. Suaibah sosok yang sering saya panggil ibu, terimakasih yang telah membesarkan penulis dari lahir sampai diumur sekarang dengan seorang diri dan sudah menjadi tulang punggung keluarga. Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi. Terimakasih sudah mengantarkan saya berada di tempat ini. Walaupun pada akhirnya saya harus berjuang tertaih sendiri tanpa kau temani lagi.
3. Diri saya sendiri yang sudah mau berjuang dan berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walaupun terkadang saya merasa Lelah. Tetapi saya bisa menyelesaikan skripsi saya. Terimakasih karena sudah tetap kuat dan bertahan dengan prosesmu.
4. Kakak laki-laki satu-satunya saya Farid Mukromin yang memberikan semangat dan bantuan baik moral maupun materil. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT dan tetap menjadi penyemangat selalu.
5. Keluarga besar yang telah memberikan semangat semoga kalian sehat selalu dan dalam lindungan Allah serta dimudahkan rezekinya.
6. Dosen Pembimbing saya bapak Turmudzi dan Pak Mashilal, dosen yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang selalu memberikan arahan dan serta bimbingannya kepada saya. Semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan.
7. Sahabat-sahabat Rifqi, Fitriya, Sella, Anggita, Fepti, Shelly, Nilla yang telah memberikan bantuan dan semangat dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Berkah Merekalah saya bisa melangkah sejauh ini dengan doa dan semangat yang mereka berikan, serta keringat yang tiada henti dalam mengiringi langkah saya untuk mencapai masa depan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, panjang umur, dimudakan rizkinya dan selalu dalam lindungan-Nya.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا
تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى
الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا
وَأَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ۝

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (Mereka berdoa): "Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami tersalah. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya. Beri maafilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah Penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir". (QS.

AL-Baqarah 286)

DEKLARASI

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Af' idatuunisa
NIM : 1905036086
Jurusan/Program Studi : (S.1) Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, RISIKO, DAN KEPERCAYAAN, TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian dan penulisan saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang merujuk pada sumbernya.

Semarang, 9 Oktober 2023

Deklarator



Af'idatunnisa

1905036086

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah suatu hal yang penting dalam penulisan skripsi sebab pada umumnya banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang asalnya bertulisan huruf arab kemudian disalin dalam huruf Latin. Guna menjamin konsistensi, perlu diterapkan pada satu transliterasi sebagai berikut:

A. Kosonan

ع= ‘	ز= z	ق= q
ب= b	س= s	ك= k
ت= t	ش= sy	ل= l
ث= ts	ص= sh	م= m
ج= j	ض= dl	ن= n
ح= h	ط= th	و= w
خ= kh	ظ= zh	ه= h
د= d	ع= ‘	ي= y
ذ= dz	غ= gh	
ر= r	ف= f	

B. Vokal

أ = a

إ = i

و = u

C. Diftong

يا = أي

D. Syahadah (Ó)

Syaddah dilambang dengan konsonan ganda, misalnya *الطب* *al-thibb*.

E. Kata Sandang

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

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya al-thabi'iyah. ma'isyah – al =

المعيشة الطبيعية

ABSTRAK

Bank digital syariah merupakan inovasi terbaru dalam industri perbankan syariah. Hal ini menjadikan perbankan digital syariah menarik untuk diteliti berdasarkan tiga faktor. Pertama, munculnya bank digital syariah dapat meningkatkan persaingan. Kedua, kemajuan teknologi yang semakin meningkat menjadikan perbankan digital sebagai bentuk perubahan dalam menghadapi adaptasi dan ancaman yang muncul. Ketiga, pergerakan yang pesat menjadikan bank digital menjadi tren baru di industri perbankan, sehingga banyak hal baru yang bisa dipelajari darinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor dari mulai faktor kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan yang mempengaruhi minat menggunakan bank digital syariah. Setelah mengetahui hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai tambahan informasi atau masukan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh perusahaan-perusahaan khususnya pihak manajemen dan para pegawai bank digital syariah dan dapat mensukseskan perubahan perkembangan teknologi.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z kelahiran tahun 1995-2010. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non propably-purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 115 dengan kriteria tertentu. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua: data primer yang didapatkan dari kuisioner yang dibagikan kepada responden melalui google form, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, maupun internet yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan, kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan, risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan bank digital syariah.

Kata kunci: Bank digital syariah, kemudahan, kemanfaatan, risiko, kepercayaan. Generasi Z.

ABSTRACT

Sharia digital banks are the latest innovation in the sharia banking industry. This makes Islamic digital banking interesting to research based on three factors. First, the emergence of sharia digital banks can increase competition. Second, increasing technological advances make digital banking a form of change in facing emerging adaptations and threats. Third, the rapid movement has made digital banking a new trend in the banking industry, so there are many new things that can be learned from it. The aim of this research is to examine factors ranging from convenience, usefulness, risk and trust that influence interest in using sharia digital banks. After knowing the results of this research, it is hoped that it can be used as additional information or input that can be taken into consideration by companies, especially management and supervisors of Islamic digital banks, and can make changes in technological development a success.

This research is field research using a quantitative approach. The population in this study was generation Z born in 1995-2010. The sample determination method used in this research is non-probably-purposive sampling with a sample size of 115 with certain criteria. The data sources in this research consist of two: primary data obtained from questionnaires distributed to respondents via Google Form, and secondary data obtained from books, journals and the internet which are then analyzed using multiple linear regression.

The results of this research show that convenience has a positive and significant influence, usefulness has a positive and significant influence, risk has a negative and insignificant influence, and trust has a positive and significant influence on the interest variable in using sharia digital banking.

Keywords: *Sharia digital bank, convenience, benefits, risk, trust. Generation Z*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang ditujukan guna memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S.1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya kelak dihari akhir. Penulis senantiasa mengucapkan banyak terima kasih kepada para pihak yang telah membantu dan melancarkan baik berupa materi maupun non-materi. Atas segala bantuan dan dukungannya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku PLT Rektor UIN Walisongo Semarang beserta para Wakil Retor UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Muhammd Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, III serta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah, Ibu Muyassarah, M.Si selaku Sekretaris Jurusan serta staf ahli program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Dr. A. Turmudi, SH, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Mashilal, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan membimbing.
6. Serta Ibu Heny Yuningrum, SE.,M.Si selaku Wali Dosen yang mendampingi dan membimbing penulis selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.
7. Responden yang telah meluangkan waktu dan tenaganya membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Terimakasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2019 yang telah menemani penulis dalam mencari ilmu.
9. Seluruh pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaikbaiknya, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih atas segala kritik dan saran yang

membangkitkan karena hal itu menjadi penyempurna dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam dunia akademik maupun non akademik.

Semarang, 9 Oktober 2023

Penulis

Af'idatunnisa

NIM 1905036086

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
DEKLARASI.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
ASBTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.2.1 Bagi Penulis	10
1.4.2.2 Bagi Pembaca.....	10
1.4.2.3 Bagi Instansi Terkait	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12

2.1 Kajian Teori Utama	12
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)	12
2.1.2 Minat	15
2.1.3 Bank Digital Syariah	17
2.1.4 Kemudahan.....	18
2.1.5 Kemanfaatan.....	20
2.1.6 Risiko.....	21
2.1.7 Kepercayaan	22
2.1.8 Generasi Z	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis	32
2.4.1 Pengaruh variabel kemudahan terhadap minat menggunakan bank digital Syariah.....	32
2.4.2 Pengaruh variabel kemanfaatan terhadap minat menggunakan bank digital Syariah.....	33
2.4.3 Pengaruh variabel risiko terhadap minat menggunakan bank digital Syariah.....	34
2.4.4 Pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital Syariah.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.2.1 Jenis Penelitian	37
3.2.2 Sumber Data	37
3.2.2.1 Data Primer.....	37
3.2.2.2 Data Sekunder	37
3.3. Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Teknik Kuesioner/ Angket	39
3.4.2 Teknik Dokumentasi	40
3.5 Variabel Penelitian.....	40

3.5.1 Variabel Dependen	40
3.5.2 Variabel Independen.....	40
3.6 Definisi Operasional	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Uji Validitas Dn Uji Reabilitas	43
3.7.1.1 Uji Validitas	43
3.7.1.2 Uji Reabilitas	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.7.2.1 Uji Normalitas	44
3.7.2.2 Uji Multikolineritas	45
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	45
3.7.3 Regresi Linier Berganda.....	45
3.7.4 Uji Hipotesis.....	46
3.7.4.1 Uji T (Uji Parsial).....	46
3.7.4.2 Uji R ² (Uji Koefisien Determinasi)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1 Bank Aladin Syariah	48
4.1.1.1 Sejarah Bank Aladin Syariah	48
4.1.1.2 Visi dan Misi Bank Aladin Syariah.....	49
4.1.2 Bank Jago Syariah	49
4.2 Gambaran Umum Responden	50
4.2.1 Karakteristik Usia Responden	51
4.2.2. Karakteristik Gender Responden.....	51
4.2.3 Pekerjaan Responden	52
4.2.4 Aplikasi Bank Digital Syariah.....	52
4.3 Analisi Statistik Deskriptif.....	53
4.4 Uji Instrumen	54
4.4.1 Uji Validitas	54
4.4.1.1 Kemudahan (X ₁).....	55
4.4.1.2 Kemanfaatan (X ₂).....	56
4.4.1.3 Risiko (X ₃)	56
4.4.1.4 Kepercayaan (X ₄)	57
4.4.1.5 Minat Menggunakan Bank Digital Syariah (Y)	57

4.4.2 Uji Reabilitas	58
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.5.1 Uji Normalitas	58
4.5.2 Uji Multikolinieritas	60
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	61
4.6 Uji Regresi Linier Berganda	62
4.7 Uji Hipotesis	64
4.7.1 Uji T (Parsial).....	65
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.8 Pembahasan Hasil Analisis Data	66
4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah	67
4.8.2 Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah	68
4.8.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah	69
4.8.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah	70
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN I.....	81
LAMPIRAN II	85
LAMPIRAN III.....	94
LAMPIRAN IV	101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	4
Gambar 1.3	6
Gambar 1.4	7
Gambar 2.1	14
Gambar 2.2	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	25
Tabel 3.1.....	41
Tabel 4.1	51
Tabel 4.2.....	51
Tabel 4.3.....	52
Tabel 4.4.....	53
Tabel 4.5.....	53
Tabel 4.6.....	55
Tabel 4.7.....	56
Tabel 4.8.....	56
Tabel 4.9.....	57
Tabel 4.10.....	57
Tabel 4.11.....	58
Tabel 4.12.....	59
Tabel 4.13.....	60
Tabel 4.14.....	61
Tabel 4.15.....	63
Tabel 4.16.....	63
Tabel 4.17.....	65
Tabel 4.18.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah sebagian industri dari aktivitas berbasis manual menjadi berbasis otomatis dan dari transaksi *offline* menjadi *online*. Hal ini berdampak besar pada industri keuangan. Saat ini dunia industri telah memasuki era 4.0. Kemunculan revolusi ini, mengubah banyak hal di berbagai sektor. Dimana yang pada awalnya membutuhkan banyak tenaga untuk menjalankan operasionalnya, sekarang digantikan dengan penggunaan mesin teknologi. Adanya revolusi ini membuat adanya perubahan dalam cara hidup, bekerja, serta berinteraksi dengan manusia. Pada era ini, penggunaan teknologi digital kian kental guna menjadikan pekerjaan manusia menjadi lebih efektif dan efisien.¹ Hal ini bisa dilihat dari banyaknya platform digital yang hadir pada berbagai sektor kehidupan, mulai dari sektor kesehatan, pendidikan, bisnis, keuangan, hingga keagamaan. Selain itu, pandemi *Covid-19* yang memaksa masyarakat untuk membatasi interaksi diluar rumah juga semakin menyuburkan gaya hidup yang serba digital ini.

2

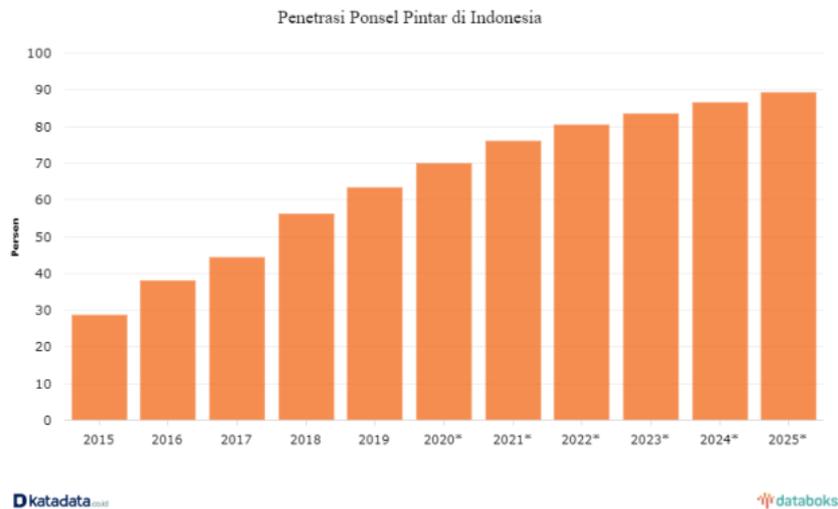
Pesatnya perkembangan dunia industri membuat setiap perusahaan sebagai pelaku pasar harus berhati-hati dalam memasarkan produknya, dimana saat ini keadaan pasar kaya akan berbagai jenis produk yang ditawarkan dan juga strategi pemasaran yang inovatif bahkan di tingkat konsumen. Sebuah bisnis harus mampu mengambil keputusan yang cepat dan tepat tentang strategi pemasaran produk yang ditawarkan. Kemudian menuntut para perusahaan lebih meningkatkan barang atau jasa, harga, promosi maupun meningkatkan pelayanan terhadap konsumen serta memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.

Indonesia telah mengalami perubahan dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya karena perubahan dalam fungsi dan peran teknologi informasi. Peningkatan penggunaan internet dan gadget di masyarakat memungkinkan para pengusaha untuk lebih mudah berinteraksi dengan konsumen. Data dari databoks mendukung hal ini

¹ Mutiasari, *Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital*, Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol.9 No.2, 2020, h.5.

² Edi Murdiyanto, *Digitalisasi sebagai upaya adaptif industri pasar modal di era disruption: dampak pada eksistensi WPPE di masa pandemi*, Management and Business Review, Vol.5 No.2, 2021, h.151.

dengan memproyeksikan bahwa penggunaan *smartphone* akan mencapai 89% populasi pada tahun 2025.



Gambar 1.1 Data Prakiraan Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia dari tahun 2015 s/d 2025

(Sumber: databoks.data, 2023)

Berdasarkan Gambar 1.1 penggunaan *smartphone* di Indonesia diprediksi akan terus meningkat. Pada tahun 2015, tercatat hanya ada 28,6% populasi di Indonesia yang menggunakan ponsel pintar. Seiring berjalannya waktu, *smartphone* semakin terjangkau di beberapa kalangan, sehingga menyebabkan peningkatan penggunaan. Pada tahun 2018 dari total jumlah populasi di Indonesia lebih dari setengahnya atau 56,2% telah menggunakan gawai. Diprediksi hingga tahun 2025, setidaknya terdapat 89,2% dari populasi di Indonesia telah memanfaatkan ponsel pintar. Dalam kurun waktu enam tahun dari 2019, penetrasi *smartphone* di Indonesia naik hingga 25,9%.³

Indonesia juga memperoleh peringkat 6 dengan kategori penggunaan internet dengan total 83,7 juta pengguna dan diprediksi akan terus meningkat setiap tahunnya. Selain itu, data dari penelitian Nielsen dkk. menunjukkan bahwa internet berada di peringkat 3 dalam pencarian informasi, sedangkan untuk peringkat pertama dan kedua yaitu di posisi televisi dan papan reklame. Kemudian para pengguna internet akan

³ Yosepha Pusparisa, *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% populasi pada 2025*, https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphonediperkirakan_mencapai-89-populasi-pada-2025, 20 Maret 2023, jam 20.00 WIB.

mengakses internet pada hari kerja dan malam hari dan 94% pengguna internet mengaksesnya melalui *smartphone*.⁴

Penggunaan teknologi dalam sektor ekonomi juga mendorong industri perbankan, baik konvensional maupun syariah, untuk melaksanakan kegiatan ekonomi di Indonesia dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi guna mempermudah penggunaan layanan keuangan. Perubahan yang mendesak dalam industri perbankan menuju layanan digitalisasi. Digitalisasi ini tidak hanya dilakukan untuk menggantikan transaksi manual menjadi otomatis, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan bisnis perbankan, terutama dalam menyediakan layanan dengan teknologi terkini.⁵ Dengan memahami celah layanan dan potensi teknologi yang sangat besar, perbankan menciptakan *mobile* dan internet banking yang terbukti sangat efektif dalam memperluas jangkauan layanan dan mengatasi tantangan geografis.

Dengan populasi masyarakat muslim sebesar 231 juta jiwa atau sekitar 86,7% dari total populasi.⁶ Indonesia memiliki potensi besar bagi industri perbankan syariah. Sayangnya, masih banyak dari populasi tersebut yang belum terjangkau oleh perbankan syariah karena terkendala jarak, akses transportasi, dan faktor lainnya. Meskipun Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia dan lembaga pendidikan berbasis Islam yang terus berkembang, pangsa pasar bank syariah masih belum sebanding dengan potensi yang dimiliki. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pangsa pasar perbankan syariah hanya mencapai 6,65% pada Februari 2022. Hal ini menunjukkan bahwa bank konvensional masih mendominasi industri perbankan dengan pangsa pasar sebesar 93,35%.⁷

Layanan Keuangan Berbasis Teknologi Informasi berbasis Syariah di Indonesia telah diatur dalam fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa pelayanan keuangan ini adalah penyediaan layanan jasa keuangan

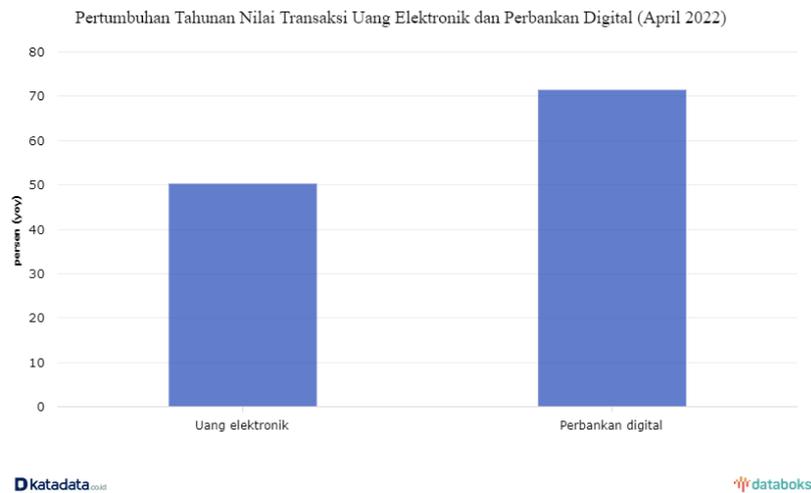
⁴ Mulyandi, M R, dan Estika P Sani, *Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia)*, Jurnal IKRA Ekonomika, Vol 3 No.1, 2020, h.42.

⁵ Abdus Salam, DZ., *Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan*, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah, Vol. 10 no.1, 2018, h.64.

⁶ Aulia Mutiara. *Negara umat muslim terbanyak dunia, RI nomor berapa?*.
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia-ri-nomor-berapa#:~:text=Total%20ada%20sekitar%20231%20juta%20penduduk%20di%20Indonesia%20yang%20meme%20luk%20agama%20Islam>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2023, pukul 21.00 WIB.

⁷ OJK. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2022.aspx>, diakses 16 Maret 2023 jam 21.00WIB.

yang berbasis prinsip syariah.⁸ Layanan ini menghubungkan antara Pemberi Pembiayaan dengan Penerima Pembiayaan untuk melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Penggunaan bank digital memiliki banyak keuntungan, salah satunya adalah penghematan waktu dan tenaga. Layanan bank digital dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja selama pengguna memiliki sarana pendukung untuk melakukannya.⁹



Gambar 1.2 Pertumbuhan Tahunan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital
(Sumber: databoks.data, 2022)

Berdasarkan data di atas per April 2022 penggunaan perbankan digital nilai transaksi perbankan digital tumbuh 71,4% (yoy) ke Rp5,33 kuadriliun. Dengan meningkatnya penetrasi internet dan jumlah pengguna aktif *smartphone*, maka hal ini dapat pula meningkatkan jumlah pengguna bank digital. Keuangan digital berkembang pesat juga dengan seiring meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital, serta akselerasi bank digital.¹⁰

Munculnya inovasi bank digital di Indonesia dikarenakan perkembangan teknologi yang terus maju. Lahirnya *startup* seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, Grab,

⁸ DSN-MUI. *Layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah*, <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/4/>, diakses pada tanggal 20 Juni 2023 jam 22.00 WIB.

⁹ Rajendra Praseda dkk., *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana vol.16 no.3, 2016, h.242.

¹⁰ Dzulfiqar Fathur Rahman, *Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital Tumbuh Pesat pada April 2022*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/31/nilai-transaksi-uang-elektronik-dan-perbankan-digital-tumbuh-pesat-pada-april-2022>, 23 Maret 2023, jam 20.00 WIB.

dan lainnya juga memiliki pengaruh terhadap perubahan kehidupan dalam masyarakat. Dimana untuk mendukung transaksi pada startup didorong menggunakan pembayaran digital lebih banyak dari sebelumnya. Hal tersebut mengakibatkan dalam beberapa tahun terakhir banyak perusahaan rintisan dengan teknologi tinggi masuk kedalam sektor keuangan memanfaatkan kesenjangan pada pelayanan bank tradisional yang terkadang ketinggalan jaman karena keterbatasan peraturan industri, struktur, dan budaya perusahaan. Dari banyaknya perusahaan teknologi yang masuk kedalam sektor keuangan atau perbankan, ini menjadi sebuah ancaman untuk bank yang masih menggunakan sistem tradisional. Dengan lahirnya bank digital diharapkan bisa menjadi motivasi untuk bank tradisional dalam menghadapi perubahan yang akan muncul.

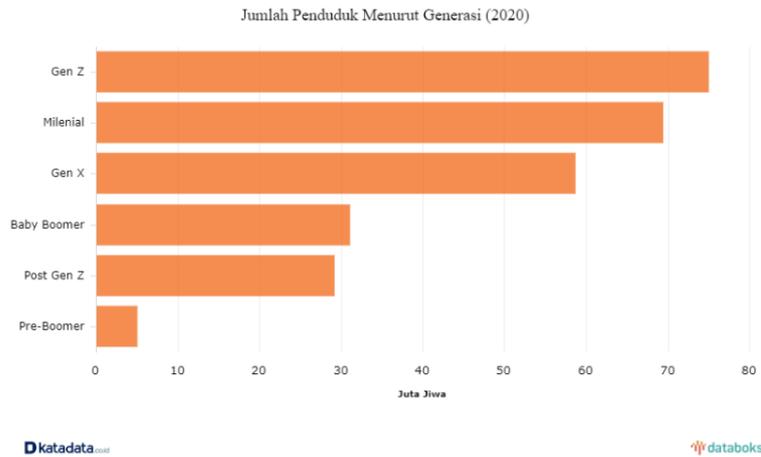
Saat ini, Indonesia telah memiliki dua bank digital syariah, yaitu Bank Aladin Syariah yang sepenuhnya syariah dan Jago Syariah yang merupakan Unit Usaha Syariah dari Bank Jago. Bank Jago berencana untuk memanfaatkan ekosistem bisnis mereka dari GoTo dan memperluas ekosistem bisnis syariah. Menurut Direktur Utama PT Bank Jago Tbk, Kharim Indra Gupta, Jago Syariah menawarkan layanan yang sama baiknya dengan Jago Konvensional.

Bank Aladin Syariah dan Jago Syariah dipilih sebagai objek penelitian karena yang secara resmi menjadi bagian dari bank dan unit usaha syariah yang bertransformasi secara digital. Selain itu, pangsa pasar perbankan syariah masih jauh di bawah perbankan konvensional, meskipun jumlah populasi Muslim di Indonesia cukup besar. Oleh karena itu, diharapkan kedua bank dan unit digital syariah dapat mengungguli bank-bank digital lain di industri masa kini dan masa yang akan datang dengan memahami kebutuhan konsumen dan membuat nasabah tertarik.¹¹

Indonesia memiliki pasar yang sangat menjanjikan untuk pengembangan ekonomi dan keuangan syariah, mengingat Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar. Oleh karena itu, pengembangan layanan digital yang kompleks akan menarik perhatian masyarakat secara luas terutama bagi generasi Z untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Menurut Stilman generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 sehingga saat ini usianya berkisar antara 13 hingga 28 tahun. Generasi ini sangat penting untuk diperhatikan karena sebagian besar dari mereka sedang memasuki usia produktif dan juga mendominasi populasi masyarakat di Indonesia yang mencapai 27,94 persen. Generasi

¹¹ Nasya Manfarisa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2022). h.5.

ini memiliki potensi yang sangat besar saat ini dan di masa depan, mereka akan memberikan pengaruh besar bagi kondisi masa depan negara.¹²



Gambar 1.3 Presentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi

(Sumber: databoks.com, 2020)

Hasil sensus tahun 2020 menunjukkan sebagian besar penduduk di Indonesia berasal dari Generasi Z (Gen Z) dan *Milenial*. Jumlah Generasi Z mewakili 27,94% dari 270,2 juta penduduk yang tinggal di negara ini. Saat ini, generasi *Milenial* mencakup 25,87% populasi. Generasi terendah yang tercatat adalah generasi *pra-boomer*, yaitu sebesar 1,87%. *Pre-boomer* adalah mereka yang lahir sebelum tahun 1945 dan berusia 75 tahun ke atas¹³

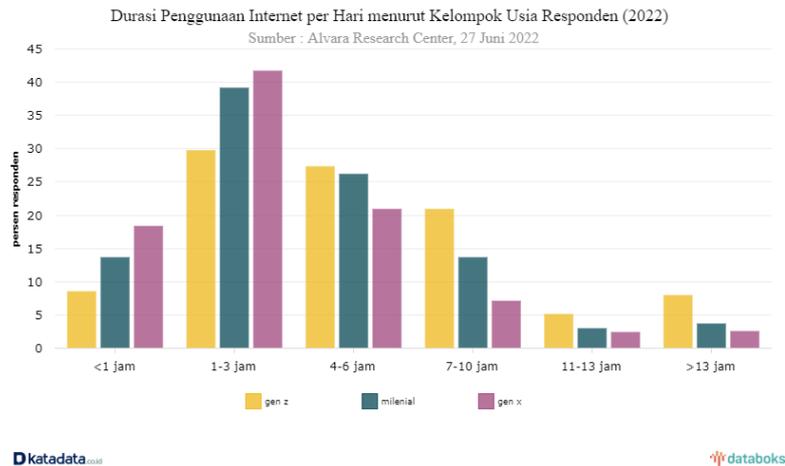
Indonesia saat ini tengah mengalami fase baru dalam struktur demografi, sebuah fase yang lebih dikenal sebagai era bonus demografi. Bagi sebuah negara bonus demografi merupakan sebuah fenomena yang terjadi karena perubahan struktur penduduk yang disebabkan oleh perbandingan antara jumlah penduduk nonproduktif lebih sedikit dibandingkan dengan usia produktif.¹⁴ Pada fase inilah generasi Z memiliki peran penting karena komposisi terbesar berada pada rentang usia produktif. Generasi Z adalah generasi global pertama di dunia, oleh sebab itu generasi milenial yang mendominasi generasi Z sangat responsif terhadap perkembangan teknologi.

¹² Stillman, dkk., *Generasi Z : Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja (Cetakan Pertama)*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2018), h.87.

¹³ Dwi Hadya Jayani, *Sensus Penduduk 2020: Penduduk Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>, 12 April 2023, Jam 21.00WIB.

¹⁴ Budiati, dkk., 2018, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, Kerjasama Badan Pusat Statistik dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (E-Book), diterbitkan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Sebagai salah satu negara berkembang yang memiliki jumlah populasi terbanyak di dunia, globalisasi menjadi motor utama penggerak pertumbuhan ekonomi.¹⁵



Gambar 1.4 Durasi Pengguna Internet per Hari menurut Kelompok Usia
(Sumber: DataIndonesia, 2022)

Dalam Gambar 1.4, *internet addicted user* adalah orang yang menggunakan internet lebih dari 7 jam/hari. Responden dari kalangan generasi Z yang mengakses internet pada kisaran 7-10 jam/hari mencapai 20,9%. Sedangkan generasi milenial 13,7% dan generasi X hanya 7,1%. Responden generasi Z yang menggunakan internet 11-13 jam/hari mencapai 5,1%. Sementara generasi milenial 3% dan generasi X hanya 2,4%. Adapun responden generasi Z yang mengakses internet di atas 13 jam/hari mencapai 8%. Sedangkan generasi milenial dan generasi X masing masing hanya 3,7% dan 2,6%. Sementara itu, generasi X tercatat sebagai kelompok usia yang paling jarang menggunakan internet. Responden generasi X yang *online* kurang dari 1 jam/hari sebanyak 18,4%. Sedangkan generasi milenial dan generasi Z masing-masing 13,7% dan 8,6%.¹⁶

Kehadiran generasi Z sangatlah penting bagi digitalisasi perbankan syariah, karena mereka merupakan pasar yang sangat menjanjikan. Generasi Z selalu terkoneksi dengan internet dalam kesehariannya, sehingga layanan digital perbankan menjadi pilihan yang cocok dengan karakteristik mereka yang praktis dan efisien. Strategi pengembangan kualitas pelayanan dan kemajuan di sektor digital harus menjadi fokus

¹⁵ Nasrul Fahmi Zaki dkk., *Empathy or SelfCredibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding Using the UTAUT Model*, (Sidoarjo:Cifet 2020), h.163.

¹⁶Ali Mahmudan, *Survei: Generasi Z Indonesia Paling Gandrung Gunakan Internet*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet>. 15 April 2023, jam 22.00WIB.

utama agar bank syariah dapat bersaing dengan bank konvensional. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan generasi Z yang mahir dalam teknologi, sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk layanan yang efektif dan efisien. Jika bank syariah mampu menciptakan ekosistem layanan digital yang baik, maka bank syariah akan lebih mampu bersaing dengan bank konvensional.

Kota Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah dan berpenduduk 1,79 juta jiwa. Sedangkan kelompok usia kerja mencapai 73% dari total penduduk. Selain itu, Kota Semarang juga menjadi tujuan migrasi pelajar dan pekerja.¹⁷ Sehingga, Kota Semarang menjadi rumah bagi banyak generasi Z yang produktif. Oleh karena itu, Kota Semarang menjadi objek penelitian ini.

Penggunaan bank digital syariah yang belum merata diseluruh Indonesia, sehingga masyarakat tidak mampu menilai apakah bank digital syariah mudah digunakan atau tidak. Jadi, banyak atau sedikitnya kemudahan yang diberikan suatu teknologi pun tidak dapat memengaruhi setiap individu dalam menggunakannya. Hal ini dikarenakan masyarakat kemungkinan sebagian besar sudah terliterasi terhadap teknologi berbasis android, sehingga banyak yang sudah menganggap sangat mudah dalam mengoperasikan aplikasi berbasis android.¹⁸

Manfaat merupakan persepsi yang menggambarkan kepercayaan individu dalam menerima, mengadopsi dan berperilaku atas produk/jasa yang dianggap berguna.¹⁹ Salah satu ulasan pengguna bank digital syariah, menurut pengguna bagaimana aplikasi dirasa tidak bermanfaat secara maksimal, dan kemampuan masih terbatas. Kemudian ada cuitan beberapa pengguna Bank Jago di media sosial twitter yang mereka rasa kemampuan aplikasinya tidak melebihi Bank Digital lain yang mana menyebabkan mereka lebih memilih menggunakan Bank Digital tersebut.²⁰

Oleh karena itu, masyarakat akan lebih tertarik pada aplikasi keuangan yang dirasa lebih bermanfaat dan menguntungkannya. Manfaat yang dirasakan seseorang merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi berguna maka ia akan menggunakannya,

¹⁷ databooks.katadata.co.id diakses tanggal 25 Juni 2023 pukul 18.54 WIB

¹⁸ Anjelina, A. *Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money*. Journal of Applied Managerial Accounting, 2(2), 2018, Hal. 90–102

¹⁹ Hanafi, H., Kertahadi, & Susilo, H. *PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN WEBSITE UB TERHADAP SIKAP PENGGUNA DENGAN PENDEKATAN TAM*. Jurnal Administrasi Dan Bisnis. 2012. Hal. 20.

²⁰ Google PlayStore, Media Sosial Twitter, 2023

sedangkan jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya.²¹

Sementara itu, pertimbangan lain bagi Konsumen dalam menggunakan sebuah produk adalah risiko yang diperoleh. Persepsi Risiko sendiri adalah sebuah konsekuensi yang tidak diharapkan dari konsumen dan ingin dihindari setelah menggunakan produk tersebut. Dua hal penting dalam persepsi risiko adalah konsekuensi dan ketidakpastian. Persepsi risiko akan mempengaruhi perilaku nasabah terhadap sebuah produk, terlebih di industri perbankan di mana masih banyak masyarakat yang meragukan keamanan dalam bertransaksi di Internet.

Perbankan digital merupakan sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia. Sesuatu yang baru selalu membuat orang tertarik dan rasa ingin tahu namun di sisi lain juga membuat orang takut. Rasa takut terhadap hal-hal baru tentu sangat wajar, karena belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai hal-hal baru tersebut. Bank digital menawarkan berbagai kemudahan dan fleksibilitas kepada nasabah dalam bertransaksi dan segala urusan perbankan. Namun di sisi lain, calon nasabah tentu mengkhawatirkan berbagai permasalahan terkait kelengkapan fungsi, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, keamanan investasi dan berbagai permasalahan terkait digital banking.²² Tingkat kepercayaan dan minat masyarakat mempengaruhi tingkat penerimaan masyarakat terhadap bank digital.

Dilihat dari pertimbangan kebutuhan nasabah dan risiko penipuan dalam transaksi dunia maya, aplikasi perbankan digital sebenarnya dapat menjadi saluran utama perbankan di Indonesia. Strategi ini diperkuat dengan percepatan pertumbuhan pelanggan yang pesat dari tahun 2013 hingga beberapa tahun terakhir. Namun, bagi sebagian nasabah non digital masih terdapat keengganan atau kekhawatiran untuk beralih menggunakan aplikasi perbankan digital. Selain karena kurangnya pengalaman dan ragu akan keamanan, juga karena salah satu ciri menonjol dari penggunaan perbankan digital di Indonesia adalah konektivitas yang bergantung pada aplikasi perbankan yang digunakan dan ketersediaan jaringan dari operator seluler yang harus selalu ada.²³

²¹ Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*. E-Jurnal Akuntansi, 27, 2019, Hal.927.

²² Vishnuvardhan, B., Manjula, B., & Lakshman, N. *A Study of Digital Banking: Security Issues and Challenges*. 2020

²³ Al-Jabri, I. M., & Sohail, M. S. *Mobile banking adoption: Application of diffusion of innovation theory*. Journal of Electronic Commerce Research, 13(4), 2012. Hal.379–391.

Penelitian yang dilakukan oleh oleh Priambodo & Prabawani 2016 menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan teknologi. Hal tersebut dikarenakan kemudahan berupa mudah untuk dipelajari dan mudah dipahami, layanan teknologi keuangan juga mudah untuk digunakan saat bertransaksi diberbagai merchant (pedagang atau toko) yang telah mendukung transaksi digital serta kemudahan untuk melakukan isi ulang atau top-up.²⁴ Sedangkan berbeda dengan hasil dari penelitian milik Anjelina (2018) mengenai Persepsi Konsumen pada Penggunaan, yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Dikarenakan menurutnya penyebaran teknologi tersebut belum merata ke seluruh masyarakat di Indonesia, sehingga mereka tidak mampu menilai mengenai penggunaan yang mudah digunakan atau tidak.²⁵

Penelitian Siti Rodiah 2019 menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan, dikarenakan adanya ketidakpastian atau jaminan yang pasti terkait penggunaan Sebelum menggunakan suatu teknologi informasi, seseorang tentunya akan mempertimbangkan persepsi risiko dari penggunaan teknologi tersebut. Ketika persepsi risiko menjadi tinggi, akan ada motivasi untuk menghindari menggunakannya. Begitu juga sebaliknya, ketika persepsi risiko rendah, maka motivasi untuk menggunakannya semakin tinggi.²⁶ Sedangkan dalam penelitian Aruf Yusuf 2021 menghasilkan adanya pengaruh positif terhadap minat, menurutnya persepsi konsumen akan resiko pada saat menggunakan dan mempengaruhi keputusan pembelian, selama konsumen tidak pernah menerima resiko dan kerugian maka tidak mengurangi minat konsumen dalam menggunakannya.

Kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan.²⁷ Hasil Penelitian yang dilakukan oleh oleh Madana Mohan terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital. Nasabah berpendapat bahwa penerapan layanan perbankan digital

²⁴ Priambodo, S., & Prabawani, B. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik*. 2016. Hal. 45.

²⁵ Anjelina, A. *Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money*. Journal of Applied Managerial Accounting, 2(2), 2018. Hal.90–102

²⁶ Siti Rodiah, Skripsi: *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*, (Semarang: Unnes, 2020), h.96.

²⁷ Priyono, Anjar. (2017). *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 21 No. 1, 2017, 88-106

memberikan banyak manfaat bagi mereka dalam beberapa hal. Pelanggan percaya bahwa melakukan transaksi keuangan menghemat waktu dan uang. Transaksi digital selesai dalam sekejap hanya dengan menekan sebuah tombol.²⁸ Sedangkan dalam penelitian Nila Filsa 2022 mengatakan bahwa tidak adanya pengaruh kepercayaan terhadap minat, Rendahnya persepsi kepercayaan nasabah ini disebabkan adanya nasabah yang masih beranggapan bahwa mereka masih khawatir dengan sistem keamanan mobile banking dan kekhawatiran akan data nasabah disalahgunakan oleh pihak lain, selain itu nasabah juga masih ragu dalam proses transaksi menggunakan mobile banking. Sehingga nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi langsung melalui counter teller.²⁹

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka ditetapkan identifikasi dan rumusan masalah penelitian yaitu salah satu bukti perkembangan teknologi yang pesat ialah berkembangnya teknologi keuangan berupa bank digital syariah sehingga muncul berbagai kemudahan dan manfaat yang dirasakan dalam pemenuhan kebutuhan. Transaksi menggunakan bank digital syariah memberikan kepraktisan dalam bertransaksi yang berpengaruh pada keinginan seseorang menggunakan bank digital syariah sebagai salah satu cara bertransaksi keuangan. Persepsi kemudahan penggunaan pada seorang pengguna memungkinkan pengguna semakin sering menggunakan bank digital syariah untuk bertransaksi, sehingga hal ini dapat menyebabkan semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan penggunaan maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan bank digital syariah. Persepsi kemanfaatan pada bank digital syariah memungkinkan pengguna untuk memanfaatkan bank digital syariah sebagai alat pembayaran dalam rangka pemenuhan kebutuhan, sehingga hal tersebut memungkinkan semakin tinggi persepsi kemanfaatan semakin tinggi pula minat untuk menggunakan bank digital syariah. Namun, berkembangnya bank digital syariah tidak terlepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaan ataupun risiko yang mungkin didapatkan, sehingga hal tersebut memungkinkan semakin tinggi persepsi risiko pengguna yang didapatkan saat menggunakan bank digital syariah maka semakin rendah minat menggunakan bank digital syariah. Kondisi bank digital syariah yang berisiko diperlukan adanya kepercayaan terhadap penyedia bank digital syariah, sehingga

²⁸ Madana, dkk., *Factors Influencing Customers To Use Digital Banking Services In Twin Cities Of Telangana State*. Nat. Volatiles & Essent. Oils, Vol.8 No.4, 2021, h.10569

²⁹ Nila Filsa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bsi Kc Kudus)*, (Semarang: UIN WS, 2022), Hal. 64.

memungkinkan semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap penyedia bank digital syariah semakin tinggi pula minatnya menggunakan syariah. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi

“ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN, RISIKO, KEPERCAYAAN, TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA SEMARANG.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mendapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z?
2. Bagaimana pengaruh kemanfaatan terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z?
3. Bagaimana pengaruh risiko terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z
2. Untuk mengetahui kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z
3. Untuk mengetahui risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z
4. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital syariah pada generasi z

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan serta dapat digunakan untuk

referensi, pembandingan, dan/atau untuk bahan pengembangan penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini untuk menambah pengetahuan penulis terkait masalah yang diteliti yaitu minat menggunakan bank digital syariah pada generasi Z.

1.4.2.2 Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca atau calon nasabah yang akan menggunakan bank digital syariah.

1.4.2.3 Bagi Instansi Terkait

Bagi bank digital syariah penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperbaiki dan pengembangan sistem, pelayanan, dan fiturnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sebuah sistematika penulisan diperlukan dalam penulisan penelitian agar pembahasannya tersusun dengan sistematis dan tidak keluar dari pokok pembahasan. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini di dalamnya membahas latar belakang, rumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTKA

Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu kajiann teori utama, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang metode penelitian, jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi singkat hasil penelitian (deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab akhir dalam skripsi ini akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori Utama (Grand Theory)

2.1.1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Jogiyanto berpendapat bahwa *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah suatu konsep yang digunakan untuk menganalisis bagaimana pengguna menerima sistem teknologi informasi.³⁰ *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori adaptasi dari *TRA (Theory of Reasoned Action)* yang sebelumnya diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 dan diusulkan oleh Davis pada tahun 1989. *TRA* merupakan sebuah konsep yang menjelaskan suatu tindakan yang dilakukan karena individu memiliki keinginan atau minat untuk melakukan aktivitas tersebut atas kehendak sendiri. *TAM* menjelaskan korelasi yang terjadi antara keyakinan (kegunaan dan keterjangkauan sistem informasi) dengan perilaku, kebutuhan, dan penggunaan sistem informasi. Tujuan *TAM* adalah untuk menggambarkan dan meramalkan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi. Model *TAM* dirancang berdasarkan teori psikologis yang menjelaskan tentang perilaku pengguna teknologi yang didasarkan pada kepercayaan, sikap, niat, dan hubungan perilaku pengguna.³¹ Dalam mengukur hubungan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dengan minat pengguna TI, *TAM* digunakan sebagai acuan di dalamnya. *TAM* adalah sebuah teori yang menjelaskan tentang persepsi pengguna terhadap teknologi dan akan berdampak pada minat pengguna dalam menggunakan TI.

TAM menambahkan dua elemen inti dalam model *TRA*. Kedua elemen tersebut adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model *TAM* menunjukkan bahwa jika pengguna dihadapkan dengan teknologi baru, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan ialah dua faktor yang memengaruhi keputusan mereka mengenai bagaimana serta kapan mereka akan menggunakan

³⁰ Jogiyanto, (*Sistem Informasi Keprilakutan*) Yogyakarta: ANDI, 2007, h.15.

³¹ Endang Fatmawati. *Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi*, Jurnal Perpustakaan dan Informasi UIN Sumatera Utara, Vol. 9 No.1, 2015, h..5.

teknologi baru. TAM menguraikan dua pengertian dari pengguna teknologi yang berdampak pada penerimaan mereka. TAM menyoroti pandangan pengguna tentang "manfaat apa yang dapat saya peroleh dari sistem" dan "seberapa mudah penggunaan sistem tersebut".

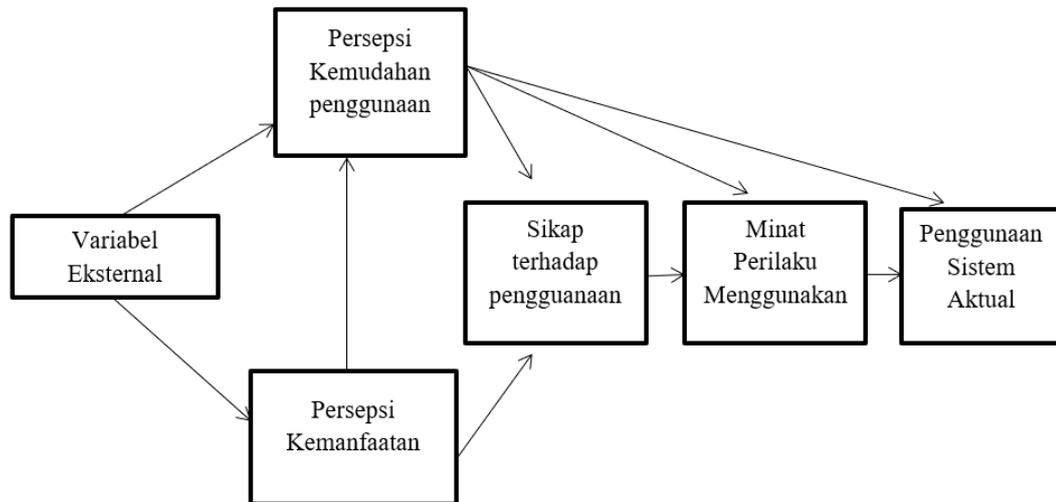
Kegunaan dan kemudahan adalah dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan terhadap teknologi dan menjadi faktor penentu penting dalam penerimaan pengguna. Para ahli percaya bahwa untuk membuat teknologi agar diterima dengan baik oleh konsumen dan mau mngadopsi teknologi, teknologi tersebut harus memenuhi kriteria model penerimaan teknologi.³²

Dalam penelitian Adam menduplikasi TAM dengan cara yang lebih luas dan menemukan bahwa pengukuran persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*) adalah valid dan reliable untuk berbagai sistem informasi dan situasi.³³ Tujuan dari penelitian yang menggunakan TAM sebagai landasannya adalah untuk memaparkan elemen-elemen apa saja yang menentukan tingkat penerimaan penggunaan komputer, sekaligus menjelaskan tindakan akhir pengguna pada suatu teknologi. Selanjutnya, dalam penelitian Davis menerapkan model konseptual TAM dalam praktek yang menunjukkan tingkat minat dan penerimaan individu terhadap sistem informasi atau teknologi. Dalam model TAM, tingkat penerimaan penggunaan TI bergantung pada enam konstruk, yaitu persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), sikap saat menggunakan (*attitude toward using*), niat perilaku untuk terus menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi penggunaan sistem yang sebenarnya (*actual system usage*).³⁴ Model tersebut disajikan pada Gambar :

³² Seetharaman., *Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore*, Journal of Applied Economics and Business Research. Vol 7 No.2, 2017, h. 118.

³³ Jogiyanto, (*Sistem Informasi Keprilakukan*) Yogyakarta: ANDI, 2007. Hal. 17

³⁴ Faisal Dedi Purwadi. Skripsi: *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri Jalan Slamet Riyadi Surakarta)*, (Surakarta: UMS 2013), h. 13.



Gambar 2.1 Bagan *Model Technology Acceptance Model (TAM)*

(Sumber : Jogiyono, 2007)

Dilihat dari Gambar 2.1 terdapat enam konstruk yang berpengaruh pada adopsi teknologi. Unsur-unsur tersebut terdiri dari hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel eksternal dalam model TAM dimanfaatkan untuk mengembangkan model dengan memasukkan beberapa variabel yang dapat menjelaskan lebih detail penerimaan seseorang terhadap penggunaan teknologi.
2. Definisi dari persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan efektivitas pekerjaannya. Oleh karena itu, jika seseorang mempercayai bahwa sistem informasi bermanfaat, maka ia akan memanfaatkannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi tidak terlalu bermanfaat, maka ia tidak akan menggunakannya.
3. Definisi persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan teknologi tidak memerlukan upaya yang berlebihan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika individu merasa yakin bahwa sistem informasi sulit digunakan, maka ia tidak akan memanfaatkannya.
4. Sikap terhadap penggunaan diartikan sebagai respons positif atau negatif dari seseorang ketika harus menggunakan sistem informasi yang telah ditetapkan.

5. Minat perilaku menggunakan adalah dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Seorang individu akan melakukan tindakan tersebut apabila memiliki minat atau keinginan untuk melakukannya.
6. Penggunaan sistem aktual merupakan tindakan yang dilaksanakan oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan yang sebenarnya dari teknologi.

2.1.2. Minat

Minat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan menjadi sebuah kemungkinan pada suatu objek ataupun kemauan.³⁵ Menurut Sandjaja, minat cenderung menyebabkan seorang individu berusaha mencari atau mencoba kegiatan di bidang tertentu. Sedangkan Menurut Holland pengertian minat dijadikan sebuah aktivitas atau kepentingan yang mendorong perasaan ingin mengetahui lalu mendorong seorang individu memberikan perhatian, serta memunculkan perasaan bahagia ataupun menikmati dalam diri seorang individu.³⁶

Selain itu minat berdasarkan pendapat Slameto “Minat ialah sebuah perasaan lebih serta perasaan tertarik terhadap suatu hal dengan tidak adanya paksaan. Minat secara hakikat ialah menerima pada sebuah interaksi antara hal selain diri sendiri dan dirinya sendiri. Semakin dekat atau kuat interaksi itu maka menjadikan minat semakin besar.”³⁷ Sedangkan Menurut Ajzen Minat muncul sebab adanya dorongan yang dimiliki individu karena adanya Hasrat setelah melihat, mempelajari serta membandingkan mengenai suatu kebutuhan yang seseorang inginkan. Davis juga mengatakan bahwa minat ialah kemauan untuk melakukan suatu perilaku. Sementara minat dalam penggunaan diartikan menjadi kecenderungan sikap agar bisa selalu memakai suatu teknologi.³⁸

Dari beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang terhadap sesuatu. Minat berhubungan

³⁵ ‘Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)’><https://kbbi.web.id/minat>>.

³⁶ Dra. Dwi Nastiti & Nurfi Laili, *Buku ajar asesmen minat dan bakat teori dan aplikasinya*, UMSIDA Press, 2020, h.14-15.

³⁷ Asnawati Matondang, *Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar*, Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, Vol.2 No.2, 2018, h.25.

³⁸ Sulfina, Yuliniar, and Alfida Aziz, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik ShopeePay*, Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, vol.17 No.2, 2021, h.108.

dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya.³⁹

Minat adalah dorongan atau keinginan dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Minat bersifat pribadi dengan kata lain minat yang dimiliki setiap orang berbeda-beda, Minat yang kuat akan menimbulkan usaha yang gigih, serius, dan tidak mudah dalam menghadapi suatu tantangan. Motivasi dapat dikatakan dorongan yang timbul pada seseorang secara sadar atau tidak sadar dengan tujuan tertentu. Maka fungsi dari minat adalah pendorong keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan dan arah tingkah laku sehari-hari

Berdasarkan pendapat Crow serta Crow terdapat tiga aspek memunculkan minat diantaranya “aspek yang muncul pada diri seseorang, aspek model sosial, serta aspek emosi yang semuanya memotivasi munculnya suatu minat”.⁴⁰ Faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut

- a. Faktor dorongan dari dalam yang menimbulkan kebutuhan yang timbul dari dalam diri, yang berkaitan dengan dorongan fisik, motif, dan pemeliharaan diri, serta dorongan rasa ingin tahu yang menimbulkan minat.
- b. Faktor motif sosial menyebabkan adanya adaptasi terhadap lingkungan sehingga dapat diterima atau diakui oleh lingkungan.
- c. Faktor perasaan ataupun emosi. Minat, berkaitan secara kuat pada emosi ataupun perasaan, kesuksesan pada aktivitas yang dipacu oleh minat nantinya memunculkan perasaan bahagia serta menguatkan minat yang telah tersedia sebelumnya, tetapi apabila gagal nantinya akan merendahkan minat seorang manusia.⁴¹

Terdapat beberapa indikator tentang minat di antaranya:

- 1) Minat transaksional, artinya kecenderungan untuk menggunakan atau membeli suatu produk.

³⁹ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.63.

⁴⁰ Saifullah dan Wiwin Koni, 'Analisis Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo', *Islamic Economics and Finance Journal*, vol.1.No.1 2022, h.45.

⁴¹ Fatim Nurhasanah, & Abdul Jalil, *pengaruh pengetahuan santri mengenai akad wadiah terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus pondok pesantren an nur bantul yogyakarta)*, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, vol.1.no1, 2018, h.50.

- 2) Minat referensial, artinya kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
- 3) Minat eksploratif, artinya menggambarkan perilaku seseorang yang mencari informasi tentang suatu produk yang menarik minatnya dan mencari informasi untuk mendukung karakteristik positif produk tersebut.⁴²

2.1.3. Bank Digital Syariah

Bank digital syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat atau menggunakan kantor fisik yang terbatas dengan menerapkan prinsip syariah. Bank syariah memenuhi kebutuhan keuangan umat Islam dengan tata cara yang sesuai dengan ketentuan syariah dalam menikmati layanan perbankan. Perbankan Syariah menjalankan aturan Fiqh muamalat dengan ketat yang mengatur interaksi antar manusia dalam mencapai kebutuhan hidupnya.⁴³

Layanan Keuangan Berbasis Teknologi Informasi Syariah di Indonesia telah diatur dalam fatwa DSN-MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018 yang menjelaskan bahwa, “Layanan Keuangan Berbasis Teknologi Informasi Syariah adalah penyediaan layanan keuangan yang didasarkan pada prinsip syariah dan menghubungkan Pemberi dan Penerima Pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet untuk melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.”⁴⁴

Di Indonesia saat ini terdapat dua bank digital syariah yaitu Bank Aladin Syariah dan Bank Jago Syariah. PT. Bank Aladin Syariah Tbk sebelumnya bernama PT. Bank Net Indonesia Syariah Tbk, PT Bank Aladin Syariah Tbk (BANK) didirikan pada 16 September 1994 dengan nama PT Bank Maybank Nusa International sebagai bank patungan antara Indonesia dan Malaysia. Perusahaan mengalami beberapa perubahan nama seiring dengan perubahan kepemilikan saham. Pada tahun 2019, perusahaan berganti nama menjadi PT Bank Net Indonesia Syariah yang bergerak di bidang bank umum syariah devisa.

⁴²Nurdin, Rukma Ningrum & Abdul Jalil, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah, Vol 3 no 1, 2021, h.30–45.

⁴³ Nasya Manfarisa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*, (Jakarta:UIN Syarif hidayatullah), h.20.

⁴⁴DSN-MUI, Layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah (<https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/4/> diakses pada tanggal 20 Juni 2023).

Pada 31 Juli 2020, perusahaan memiliki 28 pegawai. Fitur yang ada didalam Bank Aladin yaitu Ala Berbagi, Bayar&Beli, Tarik dan setor tunai, transfer dana, dan E-statement. Sedangkan Bank Jago mengalami perubahan penting pada tahun 2019 ketika pemegang saham pengendali berganti. Pada tahun 2020, bank ini mengubah namanya menjadi PT Bank Jago Tbk. Selanjutnya, pada tahun yang sama, pemegang saham baru Gojek, melalui bisnis layanan keuangan dan pembayaran digitalnya Gopay, bergabung dengan bank ini. Pada tahun 2021, GIC Private Limited juga memberikan komitmen untuk membantu Jago dalam memberikan solusi keuangan digital terbaik dengan menyuntikkan dana. Pada bulan September tahun yang sama, PT Bank Jago Tbk (JAGO) secara resmi meluncurkan Unit Usaha Syariah (UUS) untuk melayani segmen mass market dengan prinsip syariah dan lahirlah Bank Jago Syariah. Fitur yang ada didalam Bank Jago Syariah yaitu kantong, Kirim Dan Bayar, Top Up E-Wallet, Kartu Debit Jago Visa, Hubungkan Kantong Jago dengan Gojek, dan fitur lain.⁴⁵

2.1.4. Kemudahan

Definisi Kemudahan Penggunaan menurut Davis merujuk pada seberapa yakinnya seseorang bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi dapat dilakukan dengan mudah tanpa perlu melakukan upaya yang berlebihan.⁴⁶ Konsep ini meliputi kejelasan maksud penggunaan Teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem agar sesuai dengan keinginan pengguna. Persepsi terhadap penggunaan suatu produk dapat berupa sikap positif atau negatif. Sikap positif atau negatif terhadap suatu produk ini bisa dijadikan indikator perilaku dan niat seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk tersebut.

Kemudahan dalam melakukan transaksi melalui bank digital seperti *internet banking, mobile banking, SMS banking, e-money, phone-banking*, kartu kredit visual, EDC, dan lain-lain yang disediakan oleh lembaga keuangan memudahkan pengguna dalam memahami dan menggunakan layanan tersebut.⁴⁷ Kemudahan ini membuat nasabah tidak perlu usaha yang besar untuk mempelajarinya. Selain

⁴⁵ Nasya Manfarisa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*, (Jakarta:UIN Syarif hidayatullah), h.27.

⁴⁶ Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. MS Quarterly (Online)* Vol.13, 2014, h.320.

⁴⁷ Gita Putri Maulidya, *Perbankan Dalam Era Baru Digital : Menuju Bank 4.0*, Proceeding Seminar Bisnis Seri V, 2021, h.284.

itu, layanan bank digital dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Dalam hal ini, sistem teknologi bank digital berfungsi untuk memudahkan penggunaannya.

Kemudahan yang sejalan dengan perintah Allah dalam kitab suci Al-Quran Surah Al-Insyirah ayat 5-6:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

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

Dalam ayat di atas, Allah SWT berfirman bahwa ketika kita menghadapi kesulitan dalam kehidupan, pasti ada kemudahan yang akan menyertai kita. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat diartikan sebagai keuntungan dari penggunaan bank digital, di mana kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha yang diperlukan oleh seseorang, baik dari segi waktu maupun tenaga, saat menggunakan suatu sistem. Nasabah tidak perlu menghadapi kesulitan dengan datang ke bank dan harus mengantri. Dengan menggunakan produk layanan bank digital, diharapkan dapat mempermudah pengguna layanan dalam melakukan transaksi.

Beberapa faktor memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi saat digunakan:

1. Faktor pertama menitikberatkan pada teknologi itu sendiri, seperti pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi serupa.
2. Faktor kedua adalah citra teknologi yang diperoleh oleh pengguna. Jika pengguna mendengar citra yang positif, hal ini akan memperkuat keyakinan mereka akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. Faktor ketiga yang memengaruhi pandangan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi adalah ketersediaan mekanisme pendukung yang andal. Mekanisme pendukung yang dapat diandalkan akan memberikan kenyamanan dan keyakinan pada pengguna bahwa ada mekanisme yang andal jika ada masalah dalam menggunakan teknologi. Hal ini akan mendorong pandangan pengguna menjadi lebih positif.⁴⁸

⁴⁸ Panggih Rizki D Istiarni, Skripsi: *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*, ” (Semarang: Universitas Diponegoro, 2014) h.19.

Davis memberikan beberapa indikator kemudahan penggunaan suatu sistem informasi, yaitu:

- a. Kemudahan penggunaan
- b. Kemudahan pemahaman
- c. Praktis dalam penggunaan
- d. Fleksibilitas⁴⁹

2.1.5. Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan dapat juga disebut sebagai keyakinan individu terhadap manfaat yang akan diperoleh saat menggunakan suatu teknologi. Kemanfaatan merupakan pada sebuah teknologi atau objek yang dapat memberikan keuntungan bagi siapa saja yang menggunakannya. Kemanfaatan juga diartikan sebagai kemungkinan subjektivitas individu bahwa penggunaan aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja individu tersebut dalam lingkungan organisasi.⁵⁰

Persepsi tentang kemanfaatan menunjukkan penilaian subyektif terhadap keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi untuk memudahkan pengguna dalam mendapatkan layanan yang diinginkan. Penilaian positif terhadap aspek persepsi kemanfaatan dianggap dapat mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan teknologi.⁵¹ Ketika seseorang percaya bahwa suatu sistem dapat memberikan manfaat atau bermanfaat, maka ia akan memanfaatkannya. Manfaat dari sistem yang digunakan terkait dengan produktivitas, kinerja dalam menyelesaikan tugas, efisiensi, pentingnya bagi pekerjaan, dan manfaat secara keseluruhan.⁵²

Sistem penggunaan bank digital memberikan banyak manfaat dari segi waktu, maupun dari segi tempat transaksi, termasuk transaksi tanpa kertas bahkan tanpa kartu. Salah satu keuntungan mengguntungkan bank digital adalah kemampuan untuk mengakses semua layanan keuangan secara online, tanpa perlu

⁴⁹ Sumerta, I. K., & Wardana, I. M., *Analysis of Intention To Use Electronic Money in Denpasar City: Tam Approach*, Archives of Business Research, Vol.6 No.10, 2018, h. 50.

⁵⁰ Davis, Fred D., *Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System Theory and Results*, Dissertation. Massachusetts Institute of Technology (MIT), 1986.

⁵¹ Priyono, Anjar, *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*, Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 21 No. 1, 2017, h.89.

⁵² Pratiwi, T., Indriani, F., & Sugiarto, *Analisis Pengaruh Technology Readyness Terhadap Minat Menggunakan T-CASH di Kota Semarang*, Jurnal Bisnis Strategi Vol. 26 No.1, 2017, h.79.

repot datang ke kantor cabang. Hal ini tentunya dapat menghemat waktu dan tenaga. Semua layanan dapat diakses melalui aplikasi di handphone.

Menurut Latief & Dirwan pandangan pengguna tentang manfaat teknologi bisa diukur dari beberapa indikator sebagai berikut:

- a. Kapasitas mempercepat proses
- b. Kemampuan meningkatkan efektivitas
- c. Memberi manfaat langsung bagi individu
- d. Meningkatkan produktivitas individu.⁵³

2.1.6. Risiko

Risiko adalah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan orang untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. Orang-orang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil diinginkan.⁵⁴

Risiko menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh para masyarakat dalam membuat keputusan apakah akan menggunakan bank digital atau tidak. Semakin tinggi risikonya, maka nasabah akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan bank digital. Risiko (perceived risk) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah aktivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan. Semakin kecil risiko dari suatu individu maka semakin besar tingkat kepercayaannya, begitu pula sebaliknya semakin besar risiko dari suatu individu maka semakin kecil tingkat kepercayaannya.⁵⁵

Terdapat beberapa indikator risiko di antaranya:

- a. Risiko keamanan
- b. Risiko finansial

⁵³ Latief, F., & Dirwan, D, *Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*, Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, Vol. 3 No.1, 2020, h.19.

⁵⁴ Ismulyaty, S., & Siswantini, W.), *Pengaruh Trust, Risk and Technology Acceptance Models Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, Vol.5 No.1, 2017, h.3.

⁵⁵ Reppi, J. M., Tumbel, A., & Jorie, R. J. (2015), *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Iphone Pada Pusat Perbelanjaan ITC Manado*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 15(5), 2015, h.830.

c. Risiko produk⁵⁶

2.1.7. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan.⁵⁷ Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Kepercayaan dianggap sebagai aspek yang paling penting dalam interaksi sosial dan ekonomi, terutama ketika terdapat ketidakpastian. Konsep kepercayaan menjadi faktor kunci dalam transaksi perdagangan. Trust merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh suatu pihak terhadap pihak lain dalam menjalankan interaksi bisnis dengan keyakinan bahwa pihak yang dipercayai akan memenuhi semua kewajibannya dengan baik sesuai dengan harapan. Kepercayaan telah diakui sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi teknologi.

Konsep kepercayaan ini mencerminkan keyakinan nasabah pada keandalan bank untuk menjamin keamanan dan privasi akun nasabah. Keamanan merujuk pada keselamatan penggunaan, risiko kehilangan data atau informasi sangat minim, dan risiko kecurian yang rendah. Sementara itu, privasi menjamin bahwa semua yang berkaitan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya dan tidak dapat diakses oleh pihak ketiga. Banyak pengguna bank digital kurang memahami risiko keamanan dan privasi yang terkait dengan penggunaannya. Mereka cenderung mengandalkan keamanan dan privasi yang disediakan oleh pihak bank, tanpa menyadari seberapa kuatnya sistem tersebut. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah sangat penting dalam mendorong mereka untuk menggunakan layanan perbankan.

⁵⁶ Cakra, S. D. P., *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5 Nomor 6, 2021, h.534.

⁵⁷ Suarmita, I. G. M., & Sukawati, T. G. R., *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Hijau Merek Herbalife*, E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 8(3), 2018, h.1287.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Pengalaman (Experienced)

Pengalaman adalah relevan dengan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan, mengenai bisnis dan prestasi perusahaan dalam bidang perekonomian dan lain sebagainya. Pengalaman yang banyak dan menarik dalam bisnis, akan membuat perusahaan lebih memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

b. Kualitas kerja

Kualitas kerja adalah proses dan hasil kerja perusahaan yang dapat dinilai oleh sebagian pelanggan atau masyarakat. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang berkualitas.

c. Kecerdasan

Kemampuan perusahaan dalam mengelola masalah yang terjadi dalam perusahaan. Kecerdasan juga dapat membangun kepercayaan, karena kredibilitas yang tinggi tanpa didasari oleh kecerdasan dalam menarik pelanggan tidak mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan.⁵⁸

Tujuan dalam penelitian ini, persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan nasabah terhadap kompetensi, integritas, dan moralitas bank dalam menyediakan layanan perbankan dan keuangan melalui internet. Beberapa indikator tentang kepercayaan sebagai berikut:

a. Berintegritas

b. Dapat diandalkan

c. Dapat dipercaya⁵⁹

2.1.8. Generasi Z

Berdasarkan penelitian Kupperschmidt generasi merujuk pada suatu kelompok manusia yang mengenali diri mereka sebagai bagian dari suatu

⁵⁸Handono Lisa, Skripsi: *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan Terhadap Jasa Kontraktor*, (Malang: CV. Anugerah Jaya Surabaya 2004), h. 35.

⁵⁹ Eneizan, B, O. *E-WOM, trust, usefulness, ease of use, and online shopping via websites: The moderating role of online shopping experience*, Vol. 98 No.13, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 2020, h.2555.

kelompok yang serupa dalam hal tahun kelahiran, usia, lokasi, dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan yang mempengaruhi fase pertumbuhan mereka.⁶⁰ Dalam teori generasi (*Generation Theory*) dari awal kemunculannya hingga saat ini, dikenal oleh masyarakat sebanyak lima generasi, yakni: (1) *Baby Boomer*, terlahir pada periode tahun 1946 hingga tahun 1964. (2) Generasi X, terlahir pada rentang waktu tahun 1965 hingga tahun 1980. (3) Generasi Y, terlahir pada masa tahun 1981 hingga tahun 1994. (4) Generasi Z, terlahir pada masa tahun 1995 hingga tahun 2010. (5) Generasi Alpha, terlahir pada masa tahun 2011 hingga tahun 2025.⁶¹

Pada penelitian ini terfokus pada Generasi Z. Generasi Z yaitu yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Mereka juga dikenal sebagai Generasi Net atau *iGeneration*. Generasi Net merujuk pada kelompok yang dilahirkan setelah tahun 1995, khususnya pada tahun 2000 ketika internet mulai menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget yang canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka.⁶²

Selanjutnya, Hellen Chou P. berpendapat bahwa Generasi Z atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital.⁶³ Seperti yang telah dijelaskan diatas mengenai generasi Z bahwa mereka lahir pada saat internet mulai berkembang dan dengan perkembangan media digital yang pesat. Maka tidak heran jika di usia muda, orang-orang yang notabene nya masih berstatus sebagai siswa atau pelajar telah terampil dalam penggunaan teknologi bahkan media social. Generasi Z ini lahir dari perpaduan dua generasi sebelumnya yaitu Generasi X dan Generasi Y. mereka dilahirkan dan dibesarkan pada era digital, dimana beranekaragam teknologi yang berkembang dan semakin canggih. Seperti telah adanya perangkat keras elektronik seperti komputer atau laptop, iPhad, handphone, MP3, MP4, dan

⁶⁰ Budiati, I., et al. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018, h.13.

⁶¹ Lubis&Mulyaningsih, *keterkaitan bonus demografi dengan teori generasi*, jurnal Vol. 1 no. 1, 2019, h.26.

⁶² Ibid, h.27.

⁶³ Hellen Chou Pratama, *Cyber smart parenting : kiat sukses menghadapi dan mengasuh generus digital*, (Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia: 2012), h.96.

lain sebagainya. Kemudian disusul dengan kemunculan berbagai aplikasi yang modern dan cenderung bersifat maya seperti; BBM, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp dan lain sebagainya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi oleh para peneliti sebelumnya, baik dalam model asli maupun yang dimodifikasi. Berikut beberapa ringkasan studi yang relevan:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun/Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Husnayetti dan Ellya Sestri. 2019. Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Online Banking</i> Generasi X, Y, Dan Z. ⁶⁴	Metode penelitian kuantitatif dengan alat analisis uji statistik yaitu (1) uji validitas dan uji reabilitas, (2) uji asumsi klasik, (3) uji hipotesis regresi linear berganda dengan uji t dan uji F.	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan kemudahan.	Perbedaannya dari penelitian ini yaitu tidak adanya unsur risiko dalam variabelnya. Dan objek yang digunakan berbeda.
2	Cupian, Ugi Valentino dan Sarah Annisa Noven. 2022. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. ⁶⁵	Penelitian ini menggunakan teknik penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan analisis SEMPLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat signifikansi pada variabel persepsi kredibilitas dan variabel pengaruh sosial sedangkan	Penelitian ini hanya menjelaskan tentang variabel kemudahan dan kebermanfaatan saja tanpa adanya risiko

⁶⁴ Husnayetti dan Ellya, *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ONLINE BANKING* GENERASI X, Y, DAN Z, *Jurnal Liquidity* Vol. 8, No. 2, Juli-Desember 2019, hlm. 175-182.

⁶⁵ Cupian et al. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2022, 1679-1688.

		sebagai teknik pengolahan data. Terdapat dua tahap utama dalam proses analisis SEM-PLS yaitu, outer model (model pengukuran) dan inner model (model struktural).	persepsi kemudahan dan kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikansi.	dan kepercayaan.
3.	Siti Rodiah. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>E-Wallet</i> Pada Generasi Milenial Kota Semarang ⁶⁶	Metode penelitian kuantitatif dengan alat analisis menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis.	Persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan.	Variabel (Y) yang digunakan berbeda, antara minat menggunakan <i>E-Wallet</i> dan minat menggunakan layanan bank digital syariah.
4	Ira, Fachrudin, dan Yuyun. 2020. Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan <i>Technology f Acceptance Model</i>	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis dengan teknik regresi linear berganda.	Variabel kemudahan dan kemanfaatan menjadi prediktor utama yang mampu menjelaskan bagaimana suatu	Tidak terdapat variabel risiko dan kepercayaan serta dalam penelitian ini menggunakan pendekatan

⁶⁶ Siti Rodiah, Skripsi: *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*, (Semarang: Unnes, 2020).

	(Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). ⁶⁷		teknologi atau sistem informasi diterima penggunaanya.	Technology f Acceptance
5	Muhammad dan Tuti. 2022. Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. ⁶⁸	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda.	Variabel kemudahan, kenyamanan, risiko, kepercayaan, dan inovasi digital tidak memiliki pengaruh. Sedangkan kegunaan memiliki pengaruh.	Perbedaannya terdapat pada objek, dalam peneliti minat menggunakan bank digital syariah, sedangkan dalam penelitian menggunakan produk perbankan syariah.
6	Nasya Manfarisa. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah. ⁶⁹	Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan Model Partial Least Square (PLS).	Tidak terdapat pengaruh langsung antara Persepsi Kemudahan dan kepercayaan terhadap Minat masyarakat menggunakan Bank Digital	Tidak terdapat variabel resiko.

⁶⁷ Ira Eka et, al. *Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia)*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03), 2020, Hal. 478-487.

⁶⁸ Muhammad dan Tuti, *ANALISIS PENGARUH LAYANAN DIGITAL TERHADAP MINATGENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH*, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Volume 7, No. 2, 2022 , Hal. 706-725.

⁶⁹ Nasya Manfarisa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022)

			<p>Syariah. Terdapat pengaruh langsung antar Persepsi Manfaat terhadap Minat masyarakat menggunakan Bank Digital Syariah Terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan terhadap Minat masyarakat menggunakan Bank Digital Syariah secara simultan</p>	
7	<p>Dr. M.Madana Mohan ,Dr. T. Hareesh Kumar, dan PVL Narasimha Rao. 2021. <i>Factors Influencing Customers To Use Digital Banking Services In Twin Cities Of Telangana State.</i>⁷⁰</p>	<p>Penelitian menggunakan deskriptif dengan Analisis Persentase dan Analisis Faktor Eksplorasi adalah dua alat statistik yang digunakan.</p>	<p>Kecepatan Transaksi, Kompatibilitas, Konektivitas, Keamanan, Kenyamanan, dan Manfaat semuanya berdampak pada nasabah transaksi</p>	<p>Tidak terdapat variabel risiko dan kepercayaan</p>

⁷⁰ Madana, dkk., *Factors Influencing Customers To Use Digital Banking Services In Twin Cities Of Telangana State*. Nat. Volatiles & Essent. Oils, Vol.8 No.4, 2021, h.10569

			perbankan digital.	
8	Mufarih et al. 2020. <i>Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia.</i> 71	Metode kuantitatif dengan menggunakan analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa persepsi kepercayaan dan risiko yang dirasakan memiliki peran yang lebih dominan dalam mempengaruhi sikap pengguna dan niat pengguna untuk menggunakan perbankan digital. Sementara itu, citra sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kegunaan tidak signifikan dalam mempengaruhi sikap pengguna dan niat pengguna untuk	Tidak menggunakan bank digital syariah

⁷¹ Mufarih, M. dkk. *Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia. Journal of Asian Finance Economics and Business, Vol. 7 No.1. 2020, Hal. 9.*

			menggunakan perbankan digital	
9	Alex Fahrur Riza. 2019. <i>Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation.</i> ⁷²	Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan alat analisis <i>Structural Equation Model AMOS.</i>	Bukti empiris menunjukkan bahwa semua variabel (variabel kemudahan, kegunaan, dan attitude) berpengaruh positif signifikan. Kajian ini akan menunjukkan mengapa bank syariah harus menggenjot perbankan digital untuk meningkatkan nasabah generasi milenial.	-Tidak ada variabel kepercayaan dan risiko - Generasi Millenial sebagai objek penelitian
10	Rika et al. 2021. Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya <i>Customer Retention</i> Pada Masa <i>Covid-19.</i> ⁷³	Menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan studi literatur jurnal dan artikel online	Hasil dari penelitian ini bank syariah berupaya untuk mempertahankan nasabah dengan mengoptimalkan	Menggunakan metode kualitatif

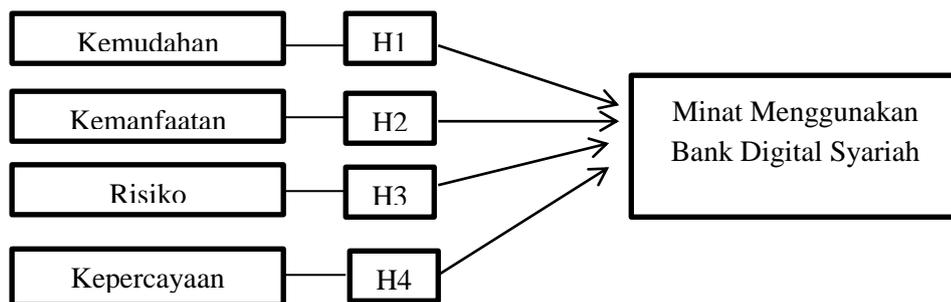
⁷² Alex Fahrur Riza, *Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation*, Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE) Proceeding. Vol. 2, 2019, h.72-73

⁷³ Rika et al. Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam, Volume 9 Issue 2 Juli 2021 | Page: 39-54

		<p>maupun cetak, dan keputakaan yang berkaitan dengan penelitian ini.</p>	<p>penerapan digital banking dalam operasionalnya dimasa pandemi covid-19 ini. Sejalan dengan maraknya penggunaan instrumen digital dimasa pandemi, membuat transaksi ekonomi dan keuangan digital terus tumbuh.</p>	
--	--	---	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Variabel X (variabel independent) dalam penelitian ini terdapat 4 variabel diantaranya, kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan. Dan variabel Y (variabel terikat) adalah minat menggunakan bank digital syariah.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Pemikiran Penelitian

(Sumber : Peneliti, 2023)

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah hasil atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang harus dibuktikan kebenarannya, Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

2.4.1 Pengaruh Variabel Kemudahan Dengan Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Menurut Jogiyanto, persepsi kemudahan adalah keyakinan yang dimiliki oleh individu bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang keras. Jika individu yakin bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika individu tersebut yakin bahwa penggunaan dari teknologi tersebut rumit, maka ia tidak akan menggunakannya.⁷⁴

Pengguna teknologi mempercayai bahwa mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah dalam pengoperasiannya merupakan karakteristik dari kemudahan penggunaan. Suatu kemudahan yang diberikan oleh fasilitas bank digital akan menentukan frekuensi minat nasabah dalam melakukan transaksinya dengan menggunakan bank digital. Semakin tinggi tingkat kemudahan dalam penggunaannya, maka akan semakin tinggi pula minat ulang nasabah dalam menggunakannya. Nasabah yang beranggapan bahwa bank digital merupakan teknologi yang praktis, mudah digunakan serta mudah dipelajari tentu akan mengesampingkan segala kekurangan yang ada dan akan meningkatkan Minat ulang untuk menggunakan. Begitu juga sebaliknya, rendahnya suatu kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan bank digital akan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan. Ketika bank digital sulit untuk dipelajari dan sulit untuk digunakan, maka nasabah akan cenderung takut dan tidak akan meningkatkan Minat ulang untuk menggunakan.

Penelitian ini juga didukung dengan penelitian milik Aritonang & Arisman yang menyatakan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat dalam menggunakan. Menurutnya, semakin mudah

⁷⁴ Jogiyanto, H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*, (Yogyakarta : Andi Offset: 2007), h.403.

konsumen menggunakan aplikasi, maka akan menarik minat konsumen untuk tetap menggunakan layanan.⁷⁵

Maka, hipotesis yang akan dikembangkan adalah :

H1: kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.

2.4.2 Pengaruh Variabel Kemanfaatan Dengan Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Manfaat merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara nasabah dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan konsumen. Manfaat juga berpengaruh terhadap minat penggunaan keduanya memiliki hubungan erat. Karena dengan adanya manfaat yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.⁷⁶

Dalam penelitian Maghfira menyatakan bahwa sebelum mengambil keputusan seseorang memiliki banyak pertimbangan, salah satunya adalah mempertimbangkan manfaat dari suatu produk atau layanan yang akan diambil atau digunakan, seseorang akan menggunakan produk atau layanan yang dapat memberikan keuntungan dan manfaat untuk mendukung kinerja pekerjaan mereka menjadi lebih efektif dan juga dalam hal-hal lain.⁷⁷ Selain itu, Jogiyanto menemukan bahwa konstruk persepsi kemanfaatan merupakan penyebab utama minat menggunakan sistem.⁷⁸ Dengan demikian, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Jadi dalam hal ini persepsi kemanfaatan yang tinggi dapat menjadi sebab minat yang tinggi pula untuk menggunakan bank digital.

⁷⁵ Aritonang, Y.A. L., & Arisman, A, *Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY)*, Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang, 2017, h. 14.

⁷⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), h.139.

⁷⁷Maghfira, Skripsi: *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay*. (Yogyakarta: UII 2018) , h. 62.

⁷⁸ Jogiyanto, H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*, (Yogyakarta : Andi Offset: 2007), h.540.

Maka, hipotesis yang akan dikembangkan adalah :

H2: Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah.

2.4.3 Pengaruh Variabel Risiko Dengan Minat Menggunakan Bank Digital Syariah.

Risiko menekankan pada anggapan tentang risiko yang akan diterima seseorang saat melakukan transaksi secara online. Semakin tinggi risiko menyebabkan seseorang mempunyai ketakutan lebih untuk bertransaksi secara online, begitu juga sebaliknya. Risiko yang rendah membuat seseorang tidak merasa ragu dalam melakukan transaksi online. Mempertimbangkan suatu risiko menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam melakukan transaksi secara online, seiring dengan maraknya kejahatan internet yang sering terjadi akhir-akhir ini seperti penipuan, pembobolan kartu kredit, dan kejahatan-kejahatan lain di dunia maya. Hal ini didukung dalam penelitian Priambodo & Prabawani bahwa persepsi risiko berpengaruh secara negatif terhadap minat untuk menggunakan sistem teknologi informasi pada mobile banking dan layanan teknologi internet. Penelitian ini bertujuan mencari tahu hubungan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik.⁷⁹

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan bank digital syariah.

2.4.4 Pengaruh Variabel Kepercayaan Dengan Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Berhubungan dengan pengaruh kepercayaan terhadap minat Cheskin dalam Soesanto menunjukkan bahwa terdapat tiga tahap yang dilalui sebelum seseorang dapat memperoleh kepercayaan terhadap suatu website. Tahap pertama disebut sebagai tahap chaos atau kekacauan, dikarenakan pengunjung website masuk ke lingkungan baru yang membuatnya khawatir akan keamanan informasi, tidak percaya terhadap teknologi internet, dan hasil dari pencarian yang tidak bisa diprediksi. Oleh karena itu pada tahap chaos,

⁷⁹ Priambodo, S., & Prabawani, B, *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat ulang menggunakan layanan uang elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*, Vol 5 No.2, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 2016, h. 7.

pengunjung website akan berusaha melakukan kontrol atas informasi pribadi apa saja yang bisa mereka cantumkan secara online. Tahap kedua disebut *trust confirmation* atau konfirmasi kepercayaan, dikarenakan pada tahap ini pengunjung website akan mencari pembenaran bahwa website tersebut dapat dipercaya mampu menjaga kerahasiaan informasi mereka. Tahap ketiga disebut *maintaining trust* atau menjaga kepercayaan, tahap di saat pengunjung website akhirnya dapat memperoleh kepercayaan atas website tersebut. Pada tahap ini pengunjung website telah meningkatkan perhatiannya terhadap merek atau produk yang dijual, yang dapat menjadi stimulus untuk membeli produk-produk tersebut.⁸⁰

Penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan kepercayaan terhadap minat adalah penelitian dari Baridwan yang menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan internet banking.⁸¹ Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-Somali yang membahas faktor-faktor yang menentukan sikap pelanggan terhadap penerimaan internet banking di Arab Saudi. Variabel yang diangkat salah satunya adalah kepercayaan yang dikaitkan dengan sikap pelanggan terhadap penerimaan internet banking. Apabila dalam dunia perbankan nama atau citra bank sudah dikenal oleh masyarakat luas otomatis tingkat kepercayaan yang dimiliki nasabah sangat tinggi terhadap pihak perbankan, tidak terkecuali dalam penggunaan internet bank, apabila citra jasa internet banking baik maka otomatis tingkat kepercayaan nasabah juga baik.⁸²

Dari berbagai penelitian tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.

⁸⁰ Norhermaya, Y.A., & Soesanto, H. *Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang studi pada online store lazada*, Journal of Management, vol 5 no.3, 2016, h. 3-4.

⁸¹ Zaki Baridawan, *Sistem Akuntansi Keuangan. Edisi Kelima*. (Yogyakarta, BPFE, 2012).

⁸² Sabah Abdullah Al-Somali dkk., *An Investigation Into The Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia*, Journal Technovation Vol 29 No.2, 2009, h.131.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Pada penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif yang difokuskan pada analisis numerical atau data angka yang diolah menggunakan teknik statistik. Dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh kemudahan (X_1), kemanfaatan (X_2), risiko (X_3), dan kepercayaan (X_4) terhadap minat menggunakan (Y) dengan objek penelitian adalah generasi Z kelahiran 1995-2010 di kota Semarang.

3.2 Jenis dan Sumber

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data berupa angka atau bilangan. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada sebuah populasi atau sampel khusus, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian. Pengolahan data menggunakan metode Kuantitatif Statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Objek penelitian ini yaitu generasi Z kelahiran 1995-2010 di Kota Semarang.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

3.2.2.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Data primer tersebut merupakan data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket kepada generasi Z Kelahiran 1995-2010 di Kota Semarang yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebagai responden.

3.2.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang didapatkan secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat umum, meliputi publikasi penelitian, buku, dan literatur lain yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.3 Populasi dan Sampel

Berikut adalah pengertian tentang Populasi dan Sampel ;

3.3.1 Populasi

Populasi (*population*) adalah kumpulan semua unit pengamatan yang menjadi objek penelitian dalam suatu penelitian survei. Populasi berkaitan dengan semua kelompok orang, kejadian, atau objek yang menjadi pusat perhatian penelitian. Adanya pembatasan populasi harus berdasarkan pada pedoman tujuan dan permasalahan penelitian. Dengan demikian, peneliti akan lebih mudah dalam pengambilan sampel.⁸³ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan jumlah total generasi z kelahiran (1995-2010) yang ada di Kota Semarang yang berjumlah 267.486 orang dari total 1.053.094 penduduk (Statistik.n.d)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, yang mencakup sejumlah anggota yang telah dipilih. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi disebut sampel. Melalui pengambilan sampel, maka akan dapat ditarik kesimpulan yang kemudian digeneralisasi terhadap populasi. Peneliti menentukan sampel berdasarkan pertimbangan masalah yang terjadi, tujuan, hipotesis, metode, dan instrumen penelitian. Sampel terdiri atas responden yang menjadi sumber data yang terpilih berdasarkan teknik sampling.⁸⁴

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *non probably purposive sampling*. *Non probably purposive sampling* merupakan metode dalam menentukan sampel dengan pertimbangan khusus dan dipilih menurut ketentuan yang telah ditetapkan sehingga layak dijadikan sampel.

Ketentuan sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Kelahiran 1995-2006.
- b. Berdomisili di Kota Semarang
- c. Pernah/sedang menggunakan bank digital syariah.

Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Semarang dari total populasi sebanyak penduduk dengan tingkat *margin error* atau kesalahan sebesar 10%. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (*infinite population*). Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

⁸³ AbuzarAsra dan Achmad Prasetyo, *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015), h. 16.

⁸⁴ Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, h. 6.

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,960

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10% Jadi perhitungan sampel pada penelitian ini adalah

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,960)^2 (0,5)(1-0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{3,8416 (0,25)}{0,01} \\ &= 96,04 \text{ atau dibulatkan menjadi } 96 \end{aligned}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa:⁸⁵

3.4.1 Teknik Kuesioner/Angket

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data dari responden mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan pribadinya. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jenis pertanyaan tertutup. Angket/kuesioner dengan pertanyaan tertutup disebut juga dengan angket terbatas karena pertanyaan atau pernyataannya hanya bisa dijawab oleh responden sesuai jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Pengukuran skala dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert. Skala adalah segugus angka atau simbol yang digunakan sebagai

⁸⁵ Fred L. Benu dan Agus S. Benu, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), h. 148.

penanda karakteristik atau sifat suatu variabel dalam proses pengukuran melalui angket atau kuesioner. Rensis Likert merancang skala likert (*Summated Rayting Scale*) atau “*Lick-ert*” kategori respon yang digunakan untuk mengetahui intensitas relatif dari item yang berbeda.⁸⁶ Dalam metode ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada generasi Z di Kota Semarang sebagai responden yang bertindak sebagai sampel penelitian. Kueisioner dibagikan melalui grup-grup WhatsApp, organisasi atau komunitas-komunitas, dan platform media sosial.

Ada beberapa pengukuran dalam pemberian skor pada skala likert dimulai dari angka 1 sampai 5 dengan sistem penilaian sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju	(skor 5)
S	= Setuju	(skor 4)
RR	= Ragu-ragu	(skor 3)
TS	= Tidak Setuju	(skor 2)
STS	= Sangat Tidak Setuju	(skor 1)

3.4.2 Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik berasal dari dokumen yang dipublikasikan atau tidak, jurnal ilmiah, buku-buku, Koran, website, majalah dan lain-lain.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel yang ada pada penelitian ini yaitu lima variabel, sebagai berikut:

3.5.1 Variabel Independen

Variabel bebas (independent variabel) yaitu variabel yang memiliki pengaruh sebagai penyebab perubahan pada variabel dependen. Variabel independent (X) pada penelitian ini yaitu Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), Risiko (X_3), dan Kepercayaan (X_4).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel terikat (variabel dependen) yaitu variabel yang terpengaruh oleh variabel independen melalui hubungan sebab-akibat. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yaitu minat menggunakan bank digital syariah (Y).

⁸⁶ Ibid., h. 149.

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian adalah penjelasan yang diberikan secara khusus untuk objek penelitian dalam melakukan pengukuran variabel. Definisi operasional dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional dari Setiap Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator Penelitian
1.	Kemudahan (X1)	Kemudahan adalah seberapa yakinnya seseorang bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi dapat dilakukan dengan mudah tanpa perlu melakukan upaya yang berlebihan. ⁸⁷ Kemudahan dalam melakukan transaksi melalui bank digital seperti internet banking, mobile banking, SMS banking, e-money, phone-banking, kartu kredit visual, EDC, dan lain-lain yang disediakan oleh lembaga keuangan memudahkan pengguna dalam memahami dan menggunakan layanan tersebut.	a. Kemudahan penggunaan b. Kemudahan pemahaman c. Praktis dalam penggunaan d. Fleksibilitas ⁸⁸
2.	Kemanfaatan	Persepsi kemanfaatan dapat juga disebut sebagai keyakinan individu terhadap manfaat yang akan diperoleh saat menggunakan suatu teknologi. ⁸⁹ Mengartikan	a. Kapasitas mempercepat proses b. Kemampuan meningkatkan efektivitas c. Memberi manfaat

⁸⁷ Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. MS Quarterly (Online) Vol.13, 2014, h.320.

⁸⁸ Sumerta, I. K., & Wardana, I. M, *Analysis of Intention To Use Electronic Money in Denpasar City: Tam Approach*, Archives of Business Research, Vol.6 No.10, 2018, h. 50

⁸⁹ Aditya, I Made Fery., I Made Pande Dwiana Putra. *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, Kualitas Informasi dan Minat Penggunaan: Studi pada Pengguna E-commerce*. Jurnal Akuntansi, 31(5), 2021, 1318–1330.

		persepsi tentang kemanfaatan menunjukkan penilaian subyektif terhadap keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi untuk memudahkan pengguna dalam mendapatkan layanan yang diinginkan.	langsung bagi individu d. Meningkatkan produktivitas individu ⁹⁰ .
3.	Risiko	Persepsi risiko adalah pandangan subjektif seseorang mengenai ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melaksanakan suatu kegiatan. ⁹¹ Risiko diartikan sebagai pemikiran subyektif konsumen yang mengalami kerugian dalam menerima hasil dari yang diinginkan. Ketika risiko meningkat dalam informasi dan keputusan pembelian produk atau melakukan transaksi, risiko berhubungan dengan kepercayaan. Dalam hal tindakan yang dilakukan oleh bank itu risiko terkait dengan penggunaan digital bank.	a. Risiko keamanan b. Risiko finansial c. Risiko produk ⁹²
4.	Kepercayaan	Persepsi kepercayaan diartikan sebagai keyakinan yang bersifat subjektif bahwa pihak tertentu akan memenuhi kewajibannya	a. Berintegritas b. Dapat diandalkan c. Dapat dipercaya ⁹⁴

⁹⁰ Latief, F., & Dirwan, D, *Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*, Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen, Vol. 3 No.1, 2020, h.19

⁹¹ Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga. & G. Armstrong, 2008. *Prinsip Prinsip Pemasaran* Jilid 1, Erlangga, Jakarta

⁹² Cakra, S. D. P, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5 Nomor 6, 2021, h.534

		sesuai dengan harapan dari pihak yang mempercayai. ⁹³ Konsep kepercayaan ini mencerminkan keyakinan nasabah pada keandalan bank untuk menjamin keamanan dan privasi akun nasabah. Keamanan merujuk pada keselamatan penggunaan, risiko kehilangan data atau informasi sangat minim, dan risiko kecurian yang rendah. Sementara itu, privasi menjamin bahwa semua yang berkaitan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya dan tidak dapat diakses oleh pihak ketiga.	
5.	Minat (Y)	Minat adalah suatu motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan jika mereka bebas memilih, dan setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. ⁹⁵	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat eksploratif ⁹⁶

3.7 Teknis Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda, yaitu metode untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap

⁹⁴ Eneizan, B, O. *E-WOM, trust, usefulness, ease of use, and online shopping via websites: The moderating role of online shopping experience*, Vol. 98 No.13, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 2020, h.2555

⁹⁵ Lu, Yaobin., Yang, S., Chau, P. Y. K., & Cao, Y, *Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective*. Information & Management. 2011. Hal. 393-403.

⁹⁶ Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, hlm. 120.

⁹⁶ Nurdin, Rukma Ningrum & Abdul Jalil, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, Vol 3 no 1, 2021, h.30–45.

variabel terkait (dependen) dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi (hubungan akan negatif atau positif).⁹⁷

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1.7.1.1 Uji Validitas

Validitas merupakan penjelasan tentang ketelitian suatu alat ukur, yaitu ketelitian pengukuran terhadap apa yang seharusnya diukur. Validitas digunakan sebagai tanda bagi peneliti untuk memperoleh data yang benar dari pertanyaan atau pernyataan yang ditanggapinya. Uji validitas dilakukan terhadap setiap item pertanyaan dan pernyataan.⁹⁸

Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya pertanyaan pada kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁹⁹

Peneliti menetapkan taraf signifikansi 5% atau 0,05 sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan probabilitas di bawah 0,05 akan dianggap gugur dan tidak digunakan dalam penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r-tabel jika r-hitung > r-tabel maka instrumen dapat dinyatakan valid. Nilai r-tabel dicari dengan *degree of freedom* ($df = (\alpha; n-2)$), dimana n merupakan jumlah sampel dan alpha atau tingkat signifikan menggunakan 5% atau 0,05.¹⁰⁰

1.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas disamakan dengan stabilitas, ketaatan pada prinsip, dan ketergantungan. Reliabilitas didefinisikan sebagai kebebasan dari pengukuran atau kesalahan acak. Jika pengukuran ulang terhadap hal yang sama oleh orang yang berbeda akan memberikan hasil yang stabil, maka alat ukur yang digunakan bersifat reliabel. Secara umum batas nilai

⁹⁷ Farah Annida Hasna, Skripsi: *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah* (Semarang: UIN Walisongo, 2019), h.55.

⁹⁸ Irwan Gani dan Siti Amalia, *Alat Analisis Data* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018), h. 125.

⁹⁹ Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal 42.

¹⁰⁰ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), Hal 162-165

kritis reliabilitas yang ditoleransi atau diterima adalah lebih dari atau sama dengan 0,6.¹⁰¹

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan oleh peneliti sebagai uji asumsi dasar untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Jika terdapat sebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan sebaran tersebut mengikuti arah garis diagonal, maka data residual dikatakan normal. Grafik plot probabilitas adalah metode lain untuk menentukan apakah data terdistribusi normal atau tidak. Diagram histogram seharusnya tersebar secara teratur jika data membingkai bentuk berpadu saat diuji menggunakan Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.¹⁰²

- a. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 5%.
- b. Data tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi kurang dari 5%.

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Masalah asumsi klasik dapat terjadi pada hubungan antar data dalam satu variabel atau terdapat hubungan antar sesama variabel independen. Model regresi yang baik harus bebas dari gejala multikolinearitas. Agar model regresi bebas dari gejala hubungan yang kuat antar sesama variabel independen, maka perlu dilakukan uji multikolinearitas. Masalah multikolinearitas dapat dideteksi dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika VIF kurang dari 10 maka bebas dari multikolinearitas. Sedangkan jika VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas.¹⁰³

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian dan nilai sisa terjadi ketidaksamaan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varian dan nilai sisa adalah sama maka disebut homoskedastisitas. Variabel dikatakan homoskedastisitas jika penyebaran titik-titik berada di atas dan/atau di bawah angka nol pada sumbu Y, mengarah pada suatu pola yang jelas. Metode untuk menguji

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² Ibid., h. 127.

¹⁰³ Ibid., h. 128.

posisi kedastisitas apakah homos atau heteros antara lain *Glejser Test* dan *Sperman's Rank Correlation Test*.¹⁰⁴

3.7.3 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk memperkirakan bagaimana kondisi naik turunnya variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan nilainya). Berikut ini adalah persamaanya:¹⁰⁵

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1+} + \beta_2 X_{2+} + \beta_3 X_{3+} + \beta_4 X_{4+} + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : variabel dependen (minat menggunakan)

α : konstanta

β_1 : koefisien regresi (kemudahan)

β_2 : koefisien regresi (kemanfaatan)

β_3 : koefisien regresi (risiko)

β_4 : koefisien regresi (kepercayaan)

X_1 : variabel independen (kemudahan)

X_2 : variabel independen (kemanfaatan)

X_3 : variabel independen (risiko)

X_4 : variabel independen (kepercayaan)

ε : *error term*

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t banyak digunakan untuk mengetahui bagaimana masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dimungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa variabel dependen secara signifikan dipengaruhi oleh variabel independen, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya uji t dapat dilakukan dengan membandingkan uji t antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel dependen dipengaruhi secara sebagian oleh variabel independen.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Ibid., h. 129.

¹⁰⁵ Mohamad Rizal Nur Irawan, *Pengaruh Modal Usaha Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggero Kedungpring Lamongan*, Vol.1, no. 2, 2016, h. 78-79.

¹⁰⁶ Ibid., h. 131.

3.7.4.2 Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Dalam model regresi berganda, koefisien determinasi adalah suatu angka yang menunjukkan proporsi (persentase) perubahan nilai variabel dependen (Y) yang ditentukan oleh perubahan nilai semua variabel independen (X). Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kapasitas faktor bebas untuk memahami variabel dependen sangat terbatas. Ketika nilai R^2 mendekati 1, ini menunjukkan bahwa variabel independen mengandung hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Ibid., h. 132.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Bank Aladin Syariah

4.1.1.1 Sejarah Bank Aladin Syariah

PT Bank Aladin Syariah Tbk (BANK) sebelumnya PT. Bank Net Indonesia Syariah Tbk didirikan pada tanggal 16 September 1994 dengan nama PT. Bank Maybank Nusa International sebagai bank joint venture antara Malaysia dan Indonesia. Perusahaan beberapa kali mengalami perubahan nama seiring perubahan kepemilikan saham. Dan pada tahun 2019, Perusahaan berganti nama menjadi PT. Bank Net Indonesia Syariah yang bergerak dalam bidang bank umum syariah devisa. Per 31 Juli 2020, perusahaan memiliki 28 karyawan.¹⁰⁸

Aladin Bank membuka dan mempermudah akses layanan perbankan syariah berbasis digital agar dapat melayani seluruh lapisan masyarakat, serta menjalin kerjasama dengan pelaku industri di berbagai sektor. Keamanan dan kenyamanan nasabah juga menjadi prioritas dalam memaksimalkan penggunaan teknologi informasi guna mengembangkan produk-produk pendanaan, pembiayaan dan jasa-jasa perbankan lainnya, seperti transfer dana, pembayaran, pembelian dan lain-lain.¹⁰⁹

PT Bank Aladin Syariah Tbk adalah lembaga perbankan yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dan merupakan peserta Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). PT Bank Aladin Syariah Tbk berpusat di Jalan Jenderal Sudirman Kavling 25, Kuningan, Setiabudi, Jakarta, Jakarta 12920, ID. Dilansir dari aladinbank.id, Aladin menganut nilai-nilai utama sebagai berikut:¹¹⁰

- 1) Beretika dan Patuh Syariah Dalam menjalankan kegiatannya, Aladin Bank memiliki identitas etika dan kepatuhan syariah. Hal ini diwujudkan dengan menerapkan nilai-nilai Islam, antara lain

¹⁰⁸ Nasya Manfarisa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*, (Jakarta:UIN Syarif hidayatullah 2022), h. 56.

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Ibid.

kepercayaan, keadilan, kejujuran, menghormati sesama, kebenaran, dan toleransi.

- 2) Mudah Diakses Aladin Bank menyediakan layanan dan produk perbankan bagi siapa saja. Teknologi digital memungkinkan masyarakat Indonesia mengakses layanan perbankan syariah di mana saja dengan mudahnya. Dukungan dan layanan pun tersedia bagi nasabah yang membutuhkan bantuan.
- 3) Kolaboratif Senantiasa terbuka untuk berkolaborasi dengan mitra bisnis dan menyalurkan dananya pada sektor-sektor yang produktif untuk menciptakan sebuah ekosistem bisnis yang sehat, produktif, dan menguntungkan bagi nasabahnya.
- 4) Integritas dan Amanah Kepercayaan yang diberikan menjadi bekal Aladin Bank untuk selalu menjaga integritasnya dan amanah dalam memberikan berbagai pilihan layanan dan produk yang bermanfaat bagi nasabah.

4.1.1.2 Visi dan Misi Bank Aladin Syariah

a. Visi Aladin

Menjadi Bank Syariah Digital Terdepan melalui Inovasi Berkelanjutan.

b. Misi Aladin

- Membuka akses layanan perbankan syariah terpercaya untuk seluruh lapisan masyarakat
- Menjalinkan kolaborasi berbasis teknologi dengan pelaku industri di berbagai sektor
- Pengembangan produk yang berkesinambungan dengan fokus pada kepentingan dan kepuasan pelanggan¹¹¹

4.1.2 Bank Jago Syariah

Jago adalah aplikasi finansial yang bekerja dengan prinsip lifecentric. Dengan Aplikasi Jago, mengelola keuangan menjadi lebih mudah, kolaboratif dan inovatif, sehingga kamu dapat lebih berfokus menjalani hidup, bersama keluarga dan sahabat. Jago dibangun oleh para inovator handal yang berpengalaman dalam digital banking dan pinjaman keuangan segmen mikro. Jago dikembangkan untuk

¹¹¹ Ibid., h.57.

menjadi pionir keuangan digital di Indonesia, dengan menghadirkan solusi keuangan yang berfokus pada kehidupan (*life-centric finance solution*). Aspirasi Jago untuk menjadi bank berbasis teknologi yang terintegrasi di berbagai ekosistem digital Indonesia, untuk memenuhi kebutuhan pangsa pasar ritel, pelaku Usaha Kecil dan Menengah, dan massmarket.¹¹²

Sebelumnya dikenal sebagai PT Bank Artos Indonesia Tbk (Bank Artos), Jago memasuki era baru di 2019 dengan adanya perubahan pemegang saham pengendali. Di 2020, Bank Artos berganti nama menjadi PT Bank Jago Tbk. Selanjutnya di tahun yang sama, Gojek, melalui bisnis layanan keuangan dan pembayaran digital Gopay, masuk menjadi pemegang saham. Pada 2021, GIC *Private Limited* memberikan komitmen dengan menyuntikkan dana untuk memperkuat Jago dalam berinovasi memberikan solusi keuangan digital terbaik. Pada September di tahun yang sama, PT Bank Jago Tbk (JAGO) meresmikan Unit Usaha Syariah (UUS) untuk melayani segmen mass market berdasarkan prinsip syariah.¹¹³

PT Bank Jago Tbk beralamat di Menara BTPN, 46th Floor, Jl. Dr. Ide Anak Agung Gede Agung Kav.5.5-5.6, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12950. Serta telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan merupakan peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).¹¹⁴

4.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran Umum responden pada penelitian ini adalah generasi Z kelahiran tahun 1995-2010 di Kota Semarang yang pernah atau sedang menggunakan bank digital syariah. Dari total populasi, 100 orang generasi Z kelahiran tahun 1995-2006 yang menggunakan bank digital syariah diambil datanya sebagai responden. Responden memiliki beberapa data karakteristik :

4.2.1 Karakteristik Usia Responden

Karakteristik dilihat dari tahun kelahiran responden yang menggunakan bank digital syariah memiliki data sebagai berikut:

¹¹² Ibid., h. 58.

¹¹³ Ibid.

¹¹⁴ Ibid.

Tabel 4.1
Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	21	18.3	18.3	18.3
	21-25	83	72.2	72.2	90.4
	26-30	11	9.6	9.6	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak menurut usia yaitu responden yang berusia rentang 21-25 tahun dengan jumlah 83 responden atau dengan persentase 72,2%. Sedangkan jumlah responden terkecil yaitu responden dengan rentang usia 26-30 tahun dengan jumlah responden 11 atau dengan persentase 9,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden generasi Z yang ada di Kota Semarang adalah berusia rentang 21-25 tahun.

4.2.2 Karakteristik Gender Responden

Karakteristik Gender Responden Karakteristik gender responden dilihat dari gender atau jenis kelamin dari generasi Z kelahiran tahun 1995-2006 yang menggunakan bank digital syariah di Kota Semarang.

Tabel 4.2
Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	45	39.1	39.1	39.1
	Perempuan	70	60.9	60.9	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Dari tabel di atas diketahui bahwa responden laki-laki dengan besar frekuensi 45 atau dengan persentase 39,1%. Sedangkan besar frekuensi responden perempuan yaitu 70 atau dengan persentase 60,9%. Hal tersebut

menunjukkan bahwa sebagian besar responden generasi z dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan.

4.2.3 Pekerjaan Responden

Mengenai data pekerjaan, peneliti mengelompokkan menjadi 5 kategori, yaitu Pegawai swasta, PNS/ASN, Wirswasta/pengusaha, Mahasiswa/Pelajar, dan boleh mengisi lainnya jika tidak disebutkan. Berikut ini data responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4.3
Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	71	61.7	61.7	61.7
	Pegawai Swasta	37	32.2	32.2	93.9
	PNS/ASN	1	.9	.9	94.8
	PRT	1	.9	.9	95.7
	Wiraswasta/Pengusaha	5	4.3	4.3	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Dari tabel di atas, diketahui bahwa responden terbanyak dalam kuesioner ini adalah mahasiswa/pelajar dengan besar frekuensi 71 atau dengan presentase 61,7%. Sedangkan jumlah terkecil terdapat dua pekerjaan yaitu PNS/ASN dan PRT dengan frekuensi sama yaitu 1 atau dengan presentase 0,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar status pekerjaan generasi z dalam penelitian ini adalah mahasiswa/pelajar.

4.2.4 Aplikasi Bank Digital Syariah Yang Digunakan

Mengenai data aplikasi bank digital yang digunakan, responden dapat memilih lebih dari 1 aplikasi, hal tersebut sesuai dengan berapa banyak aplikasi bank digital yang responden gunakan. Peneliti memberikan pilihan Jago Syariah dan Aladin Syariah, Berikut ini data responden berdasarkan aplikasi bank digital yang digunakan:

Tabel 4.4
Aplikasi Bank Digital Syariah Yang Digunakan

bank digital syariah				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid jago syariah	51	44.3	44.3	44.3
Valid aladin syariah	64	55.7	55.7	100.0
Total	115	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Dari tabel di atas, dari 115 responden yang mengisi, aplikasi bank digital syariah yang paling banyak digunakan yaitu Aladin Syariah dengan besar frekuensi 64 atau dengan presentase 55,7%.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini untuk bagian terdiri dari bagian sifat-sifat masing-masing variabel yang digunakan adalah statistik deskriptif. Adapun variabel yang digunakan adalah kemudahan, kemanfaatan, risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Statistik deskriptif yang digunakan adalah minimum, maksimum, mean dan standar deviation. Hasil dari uji statistik deskriptif menemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
kemudahan	115	5	25	21.22	3.658
kemanfaatan	115	14	35	28.95	4.470
risiko	115	10	30	21.37	5.438
kepercayaan	115	12	30	25.05	4.114
minat	115	8	20	16.76	2.631
Valid N (listwise)	115				

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan data tabel 4.5 pada uji statistik deskriptif diatas, jumlah pada penelitian (N) setiap variabel adalah 115. Pada penelitian ini didapatkan hasil minimum, maksimum, mean (rata-rata) dan standar deviasi sebagai berikut:

1. Kemudahan

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel kemudahan menunjukkan nilai minimum sebesar 5, nilai maksimum 25, nilai rata-rata (mean) 21.22, dan standar deviasinya sebesar 3.658.

2. Kemanfaatan

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel kemanfaatan menunjukkan nilai minimum sebesar 14, nilai maksimum 35, nilai rata-rata (mean) 28.795, dan standar deviasinya sebesar 4.470.

3. Risiko

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel risiko menunjukkan nilai minimum sebesar 10, nilai maksimum 30, nilai rata-rata (mean) 21.37, dan standar deviasinya sebesar 5.438.

4. Kepercayaan

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel kepercayaan menunjukkan nilai minimum sebesar 5, nilai maksimum 25, nilai rata-rata (mean) 25.05, dan standar deviasinya sebesar 4.114.

5. Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel minat menggunakan bank digital syariah menunjukkan nilai minimum sebesar 8, nilai maksimum 20, nilai rata-rata (mean) 16.76, dan standar deviasinya sebesar 2.631.

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Intrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Pengujian validitas dalam penelitian dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Suatu istrumen bisa dikatakan valid , jika:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{table}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$), maka dapat dikatakan item kuisoener tersebut valid.

- b. Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut tidak valid.

Penentuan nilai r-tabel dapat dirumuskan sebagai berikut

$$r\text{-tabel} = df$$

$$df = N - 2$$

$$= 115 - 2$$

$$= 113$$

$$r\text{-tabel} = 113 (0,1832)$$

4.4.1.1 Kemudahan (X_1)

Tabel 4.6
Uji Validitas Kemudahan

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,901	0,1832	Valid
X1.2	0,921	0,1832	Valid
X1.3	0,831	0,1832	Valid
X1.4	0,825	0,1832	Valid
X1.5	0,888	0,1832	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pada table diatas menunjukkan variabel kemudahan (X_1) keseluruhan nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuisioner pada varibel kemudahan (X_1) dikatakan valid.

4.4.1.2 Kemanfaatan

Tabel 4.7
Uji Validitas Kemanfaatan

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2.1	0,811	0,1832	Valid
X2.2	0,827	0,1832	Valid
X2.3	0,707	0,1832	Valid
X2.4	0,800	0,1832	Valid
X2.5	0,840	0,1832	Valid
X2.6	0,854	0,1832	Valid
X2.7	0,809	0,1832	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pada table diatas menunjukkan variabel kemanfaatan (X_2) keseluruhan nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuisisioner pada varibel kemanfaatan (X_2) dikatakan valid.

4.4.1.3 Risiko

Tabel 4.8
Uji Validitas Risiko

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X3.1	0.744	0,1832	Valid
X3.2	0.782	0,1832	Valid
X3.3	0.836	0,1832	Valid
X3.4	0.612	0,1832	Valid
X3.5	0.814	0,1832	Valid
X3.6	0.864	0,1832	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pada table diatas menunjukkan variabel risiko (X_3) keseluruhan nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuisisioner pada varibel risiko (X_3) dikatakan valid.

4.4.1.4 Kepercayaan

Tabel 4.9
Uji Validitas Risiko

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X4.1	0.883	0,1832	Valid
X4.2	0.894	0,1832	Valid
X4.3	0,886	0,1832	Valid
X4.4	0,861	0,1832	Valid
X4.5	0,875	0,1832	Valid
X4.6	0,896	0,1832	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pada table diatas menunjukkan variabel kepercayaan (X_4) keseluruhan nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel. Jadi dapat disimpulkan

bahwa seluruh pernyataan kuisisioner pada variabel kepercayaan (X_4) dikatakan valid.

4.4.1.5 Minat Menggunakan Bank Digital Syariah (Y)

Tabel 4.10

Uji Validitas Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

No. Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Y.1	0,828	0,1832	Valid
Y.2	0,847	0,1832	Valid
Y.3	0,892	0,1832	Valid
Y.4	0,881	0,1832	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pada table diatas menunjukkan variabel minat menggunakan bank digital syariah (Y) keseluruhan nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuisisioner pada variabel minat menggunakan bank digital syariah (Y) dikatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat konsistensi dalam penggunaan alat ukur, atau dengan kata lain alat ukur memberikan hasil yang konsisten, berubah setelah digunakan berkali-kali dalam waktu yang berbeda. Teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk menunjukkan apakah suatu reliable penelitian yang kita teliti reliable atau tidak, suatu penelitian dapat dikatakan reliable jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ dan sebaliknya jika nilai *Alpha Cronbach* $< 0,6$ maka dapat dikatakan penelitian tersebut tidak reliable.

Tabel 4.11

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpa</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kemudahan (X_1)	0.922	0,6	<i>Reliable</i>
Kemanfaatan (X_2)	0.910	0,6	<i>Reliable</i>

Risiko (X ₃)	0.860	0,6	<i>Reliable</i>
Kepercayaan (X ₄)	0.943	0,6	<i>Reliable</i>
Minat Menggunakan Bank Digital Syariah (Y)	0.884	0,6	<i>Reliable</i>

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan (X₁), Kemanfaatan (X₂), Risiko (X₃), Kepercayaan (X₄), dan Minat Menggunakan Bank Digital Syariah (Y) dinyatakan Reliable karena masing-masing variable nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian yang bertujuan guna mencari tahu data yang tersedia berdistribusi normal atau tidak, alatnya menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5% yakni dengan keputusan sebagai berikut:

- Nilai Signifikan (sig) > 0,05, distribsi normal
- Nilai Signifikan (sig) < 0,05, distribusi tidak normal

Uji *Kolmogorov Smirnov* menghasilkan temuan sebagai barikut:

Tabel 4.12
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62040731
	Absolute	.125
Most Extreme Differences	Positive	.098
	Negative	-.125
Kolmogorov-Smirnov Z		1.341
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055

a. Test distribution is Normal.

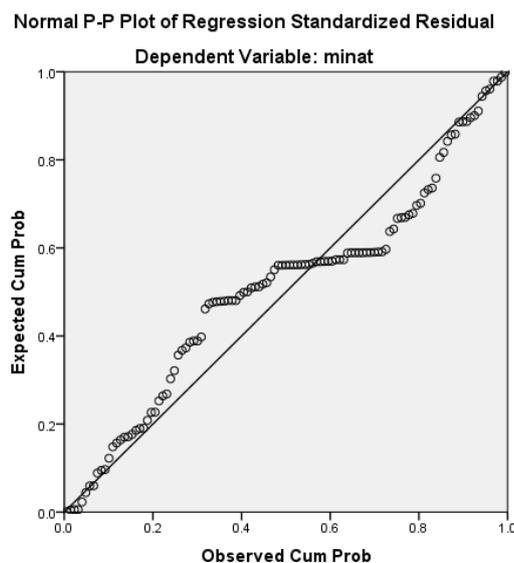
b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji *One sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ($0.055 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi secara normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas yaitu lebih dari 0,05.

Gambar 4.13

Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan gambar 4.13 dapat dilihat bahwa data mengelilingi garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut, menunjukkan bahwa residual konsisten dengan distribusi data penelitian yang normal.

4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas atau kolinieritas ganda adalah adanya hubungan antara variabel bebas (X) dalam model regresi linier berganda. Uji ini diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya kemiripan antar variabel independent dalam satu model. Penilainya menggunakan dengan melihat faktor inflasi varian (*VIF/Variance Inflasi Factor*) yang nilai $VIF < 10$.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.288	.996		1.293	.199		
1 kemudahan	.184	.049	.255	3.785	.000	.477	2.097
1 kemanfaatan	.092	.042	.157	2.194	.030	.424	2.360
risiko	-.002	.023	-.004	-.091	.928	.960	1.042
kepercayaan	.357	.044	.558	8.026	.000	.449	2.228

a. Dependent Variable: minat

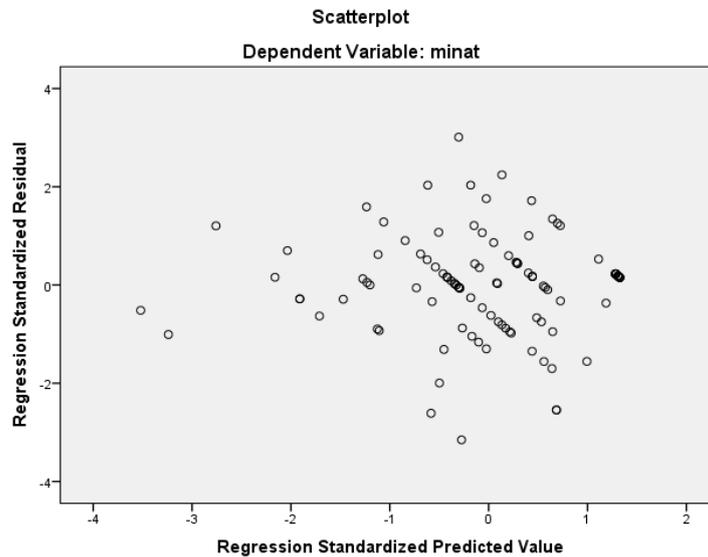
Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa uji multikolinieritas pada tabel 4.14 diketahui jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dari seluruh variabel diatas yaitu Kemudahan dengan nilai VIF 2,097, Kemanfaatan memiliki nilai VIF 2,360, Risiko dengan nilai VIF 1,042, dan Kepercayaan 2,228 keseluruhan variabel memiliki nilai lebih kecil dari 10, sesuai dengan syarat nilai faktor inflasi varian (VIF) < 10. Artinya pada uji ini tidak terdapat multikolinieritas.

4.5.3 Uji Heterokadestisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* suatu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas atau independent. Model regresi yang baik ditunjukkan dengan penyebaran yang acak, dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk uji nya dilakukan dengan melakukan pengamatan pada grafik Scatter plot yang memiliki pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y.

Tabel 4.15
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Dari gambar grafik *scatterplot* di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Artinya, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

4.6 Uji Regresi Linier Berganda

Hubungan antara satu variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen dapat diuji menggunakan teknik regresi. Pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu variabel minat menggunakan bank digital syariah dan 4 (empat) variabel independen yaitu variabel kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan. Maka penelitian ini menggunakan metode analisis yaitu regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1+} + \beta_2 X_{2+} + \beta_3 X_{3+} + \beta_4 X_{4+} + \varepsilon$$

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.288	.996		1.293	.199
kemudahan	.184	.049	.255	3.785	.000
kemanfaatan	.092	.042	.157	2.194	.030
risiko	-.002	.023	-.004	-.091	.928
kepercayaan	.357	.044	.558	8.026	.000

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa variabel kemudahan sebesar 0,181, variabel kemanfaatan sebesar 0,056, variabel risiko sebesar 0,200 dan variabel kepercayaan sebesar 0,216. Maka diperoleh model persamaan regresi:

$$Y = 1,288 + 0,184 X_1 + 0,092X_2 - 0,002 X_3 + 0,357X_4 + \epsilon$$

Adapun interpretasi dari model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (α)

Nilai konstanta (α) bertanda positif sebesar 1,288. Hal tersebut menandakan bahwa variabel Kemudahan (X_1), Kemanfaatan (X_2), Risiko (X_3), dan Kepercayaan (X_4), terhadap Variabel Minat menggunakan bank digital syariah (Y) di pada generasi Z kelahiran tahun 1996-2006 di Kota Semarang memiliki pengaruh sebesar 1,288.

2. Kemudahan (X_1)

Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan (X_1) sebesar 0,184, artinya jika variabel independen nilainya tetap dan kemudahan mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat menggunakan (Y) akan mengalami kenaikan 0,184. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kemudahan dengan minat menggunakan, semakin naik kemudahan maka semakin meningkat minat menggunakan bank digital syariah.

3. Kemanfaatan (X_2)

Koefisien regresi variabel persepsi kemanfaatan (X_2) sebesar 0,092, artinya jika variabel independen nilainya tetap dan kemanfaatan mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat menggunakan (Y) akan mengalami kenaikan 0,092. Koefisien bernilai

positif artinya terjadi hubungan positif antara kemanfaatan dengan minat menggunakan, semakin naik kemanfaatan maka semakin meningkat minat menggunakan bank digital syariah.

4. Risiko (X_3)

Koefisien regresi variabel persepsi risiko (X_3) sebesar -0,002, artinya jika variabel independen nilainya tetap dan risiko mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat menggunakan (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,002. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara risiko dengan minat menggunakan bank digital syariah, semakin naik risiko maka semakin menurun minat menggunakan bank digital syariah.

5. Kepercayaan (X_4)

Koefisien regresi variabel persepsi kemanfaatan (X_4) sebesar 0.357, artinya jika variabel independen nilainya tetap dan kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat menggunakan (Y) akan mengalami kenaikan 0.357. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan dengan minat menggunakan, semakin naik kepercayaan maka semakin meningkat minat menggunakan bank digital syariah.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji T (Parsial)

Uji statistik nilai T digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas (X) terhadap variasi variabel terikat (Y). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X dan variabel Y. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t adalah :

H₁: Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah

H₂: Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah

H₃: Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah

H₄: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah

Adapun untuk menghitung uji adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = df = n - k = 115 - 5 = 110$$

t_{tabel} pada signifikan 0,05 maka diperoleh dengan nilai 1,982

keterangan:

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel

Tabel 4.17

Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1.288	.996		
kemudahan	.184	.049	.255	3.785	.000
kemanfaatan	.092	.042	.157	2.194	.030
risiko	-.002	.023	-.004	-.091	.928
kepercayaan	.357	.044	.558	8.026	.000

a. Dependent Variable: minat

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas maka dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Kemudahan (X_1) nilai t hitung 3,785 > 1,985 dan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari nilai alpha 0.05. Jadi disimpulkan bahwa H_1 diterima dan nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X_1 memiliki hubungan yang searah dengan Y, artinya variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.
2. Kemanfaatan (X_2) nilai t hitung 2,194 > 1,985 dan nilai signifikansi 0.030 lebih kecil dari nilai alpha 0.05. Jadi disimpulkan bahwa H_2 diterima dan nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X_1 memiliki hubungan yang searah dengan Y, artinya variabel kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.
3. Risiko (X_3) nilai t hitung -0,091 < 1,985 dan nilai signifikansi 0,928 lebih besar dari nilai alpha 0.05. Jadi disimpulkan bahwa H_3 diterima dan nilai t_{hitung} negatif menunjukkan bahwa variabel X_3 memiliki hubungan yang searah dengan Y,

artinya variabel risiko berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.

4. Kepercayaan (X_4) nilai t hitung $8,026 > 1,985$ dan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari nilai alpha 0.05 . Jadi disimpulkan bahwa H_4 diterima dan nilai t_{hitung} positif menunjukkan bahwa variabel X_4 memiliki hubungan yang searah dengan Y, artinya variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.

4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk menilai total variasi variabel dependen (X) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Y). Nilai *adjust* R^2 berkisar antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 dianggap sebagai variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Hasil 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.753	1.309

a. Predictors: (Constant), kepercayaan, risiko, kemudahan, kemanfaatan

b. Dependent Variable: minat

Sumber: Data Primer diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar $0,753$. Hal ini berarti $75,3\%$ minat menggunakan bank digital syariah dapat dijelaskan oleh variasi dari empat variabel independen yaitu kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan. Sedangkan sisanya ($100\% - 75,3\% = 24,7\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diatas diperoleh hasil persamaan garis $Y = 1,288 + 0,184 X_1 + 0,092X_2 - 0,002 X_3 + 0,357X_4 + \epsilon$. Persamaan regresi tersebut digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen yaitu minat

menggunakan bank digital syariah yang dipengaruhi variabel independen yaitu kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan. Berdasarkan perhitungan diperoleh interpretasi sebagai berikut :

4.8.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Berdasarkan analisis regresi berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisiennya sebesar 0,184 dengan t_{hitung} sebesar 3,785 dan probabilitas signifikansinya sebesar 0,000. Dengan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 , sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan bank digital syariah.

Dari hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan bank digital syariah diterima atau terbukti. Sehingga apabila persepsi kemudahan penggunaan meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan bank digital syariah. Penggunaan meningkat artinya bahwa berpengaruh positif yaitu suatu teknologi yang mudah digunakan maka akan meningkat dalam minat menggunakannya. Kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam minat menggunakan sistem berdasarkan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis 1989.¹¹⁵ Kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah persepsi generasi Z di Kota Semarang dalam penggunaan bank digital syariah yang mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Hal tersebut akan menimbulkan minat atau tidaknya generasi Z di Kota Semarang terhadap bank digital syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan menggunakan bank digital syariah. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Alex Fahrur Riza yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan, sehingga berbagai faktor kemudahan yang ditawarkan suatu aplikasi sebagai alat pembayaran non-tunai memengaruhi keinginan masing-

¹¹⁵Fred D.Davis, *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models*. Management Science, vol. 35 no.8, 1989, h.985.

masing individu untuk memanfaatkan layanannya. Artinya semakin mudah suatu teknologi digunakan maka semakin meningkat minat seseorang dalam menggunakannya.¹¹⁶

4.8.2 Pengaruh Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Hasil uji regresi berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisiennya sebesar 0,092 dengan dengan t_{hitung} sebesar 2,194 dan probabilitas signifikansinya sebesar 0,030. Dengan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 , sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi $0,030 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan bank digital syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemanfaatan berpengaruh terhadap minat bank digital syariah dikarenakan responden yang diambil pada penelitian ini adalah generasi Z. Generasi Z terkenal dengan gaya hidup yang *i generation* atau generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi.¹¹⁷ Pola hidup tersebut sesuai dengan manfaat yang ditawarkan dalam teknologi aplikasi bank digital syariah seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa atau listrik, top up, pembelian makanan dan lainnya hanya melalui smartphone. Sehingga responden penelitian ini menikmati manfaat yang ditawarkan oleh layanan bank digital syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riza yang menunjukkan bahwa Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap Minat untuk menggunakan Bank Digital Syariah. Bank harus meningkatkan nilai yang dirasakan di antara pelanggan harus meyakinkan mereka bahwa dengan memilih perbankan digital akan menghasilkan kegunaan dan kemudahan bagi mereka.¹¹⁸ Penelitian yang dilakukan Nasya Manfarisa juga menghasilkan variabel manfaat berpengaruh positif

¹¹⁶ Alex Fahrur Riza, *Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation*, Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA) Proceeding. Vol. 2, 2019, h.72-73.

¹¹⁷ Bertha Lubis, Keterkaitan Bonus Demografi Dengan Teori Generasi, *Jurnal Registratie* Vol. 1 No. 1, 2019, h.26.

¹¹⁸ Alex Fahrur Riza, *Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation*, Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA) Proceeding. Vol. 2, 2019, h.72-73

terhadap minat menggunakan bank digital syariah, manfaat terhadap suatu teknologi dapat dilihat dari kecenderungan seseorang saat penggunaan. Nasabah yang menggunakan aplikasi Bank Digital secara terus-menerus menunjukkan adanya kepuasan pada layanan Bank Digital dibanding sarana pembayaran digital lain sehingga nasabah merasa yakin bahwa platform tersebut mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas transaksi.¹¹⁹ Maka dari itu, persepsi manfaat memiliki peran yang cukup besar dalam menentukan sikap nasabah dalam penggunaan bank digital syariah. Sehingga hal tersebut dapat mendorong Perbankan Syariah untuk menyediakan aplikasi bank digital syariah yang memberikan manfaat lebih bagi penggunanya.

Hasil tersebut sesuai dalam penelitian Pratama pada tahun 2019 yang menjelaskan bahwa hal ini berarti semakin besar persepsi manfaat yang dirasakan akan meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.¹²⁰ Seseorang akan tertarik menggunakan suatu teknologi jika mereka yakin bahwa hal itu akan bermanfaat bagi mereka. Pengguna akan percaya bahwa menggunakan teknologi finansial ke dalam tugas sehari-hari akan meningkatkan output, meningkatkan kinerja yang lebih efektif, dan sangat bermanfaat untuk aktivitas yang melibatkan transaksi pembayaran.

4.8.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Hasil uji analisis regresi linier berganda yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisiennya sebesar -0,002 dengan t_{hitung} sebesar -0,091 dan probabilitas signifikansinya sebesar 0,928. Dengan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari nilai batas signifikansi $0,928 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa risiko penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat Z Kota Semarang dalam menggunakan bank digital syariah.

Hasil yang menunjukkan bahwa risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan dikarenakan adanya ketidakpastian atau jaminan yang pasti

¹¹⁹Nasya Manfarisa, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*, (Jakarta: UIN Syarif hidayatullah Jakarta 2022), h. 24.

¹²⁰Andhika Bayu Pratama, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik*, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27 No.2, 2019, h. 948.

terkait penggunaan bank digital syariah. Sebelum menggunakan suatu teknologi informasi, seseorang tentunya akan mempertimbangkan persepsi risiko dari penggunaan teknologi tersebut. Ketika persepsi risiko menjadi tinggi, akan ada motivasi untuk menghindari menggunakannya. Begitu juga sebaliknya, ketika persepsi risiko rendah, maka motivasi untuk menggunakannya semakin tinggi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Riquelme dan Rios yang menunjukkan bahwa penelitian dengan menggunakan model TAM dengan merujuk persepsi individu terhadap minat untuk menggunakan, menemukan bahwa adanya korelasi yang negatif antara variabel risiko yang dipersepsikan dengan minat dalam menggunakan.¹²¹ Hasil penelitian juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lewis et al menemukan bahwa persepsi resiko memiliki hubungan negatif signifikan terhadap minat seseorang untuk menerima teknologi.¹²²

4.8.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisiennya sebesar 0,357 dengan t_{hitung} sebesar 8,026 dan probabilitas signifikansinya sebesar 0,000. Dengan batas signifikansi 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari nilai batas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi Z di Kota Semarang dalam menggunakan bank digital syariah.

Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan apabila tingkat kepercayaan pada bank digital syariah meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat menggunakan bank digital syariah. Disebabkan juga oleh produk bank digital syariah yang memberikan kepuasan dalam penggunaannya. Penerimaan dalam bentuk kepercayaan maka akan mendatangkan minat bagi pengguna untuk terus menggunakan bank digital syariah. Sehingga jika seorang individu sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi maka akan meningkatkan minatnya dalam menggunakan teknologi.

¹²¹ Hernan E.Requelme, *Moderating Effect of Gender in the Adoption of Mobile Banking*, Journal of Bank Marketing, Vol.28 no.5, 2010, h. 337.

¹²² Koenig Lewis, *Predicting young consumers' take up of mobile banking services*, International Journal of Bank Marketing, Vol.28 no.5, h.17.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Priyono pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko. Dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan. Transaksi digital mengandung ketidakpastian dan risiko yang besar. Oleh karena itu, pengguna bank digital syariah perlu membangun kepercayaan untuk mengurangi anggapan risiko. Pengguna yang yakin dan percaya akan layanan bank digital syariah, maka akan menggunakan dan menganggap bank digital syariah menghasilkan dampak yang positif bagi para penggunanya.¹²³ Dan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Siti Rodiah pada tahun 2020 tentang pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan suatu teknologi dan hasilnya ada pengaruh positif antara kepercayaan terhadap minat menggunakan. Apabila tingkat kepercayaan pada bank digital syariah meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat menggunakan bank digital syariah.¹²⁴

¹²³ Priyono, Anjar. *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 21 No. 1, 2017, Hal. 88-106.

¹²⁴ Siti Rodiah, Skripsi: *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*, (Semarang: Unnes, 2020), h.96.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil olah data dan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,785 dan tingkat signifikansinya 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Kemudahan penggunaan meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan minat terhadap minat penggunaan bank digital syariah
2. Secara parsial kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,194 dan tingkat signifikansinya 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Pola hidup tersebut sesuai dengan manfaat yang ditawarkan dalam teknologi aplikasi bank digital syariah seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa atau listrik, top up, pembelian makanan dan lainnya hanya melalui smartphone. Sehingga responden penelitian ini menikmati manfaat yang ditawarkan oleh layanan bank digital syariah.
3. Secara parsial risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar -0,091 dan tingkat signifikansinya 0,928 yaitu lebih besar dari 0,05. risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan dikarenakan adanya ketidakpastian atau jaminan yang pasti terkait penggunaan bank digital syariah. Sebelum menggunakan suatu teknologi informasi, seseorang tentunya akan mempertimbangkan persepsi risiko dari penggunaan teknologi tersebut. Ketika persepsi risiko menjadi tinggi, akan ada motivasi untuk menghindari menggunakannya. Begitu juga sebaliknya, ketika persepsi risiko rendah, maka motivasi untuk menggunakannya semakin tinggi.
4. Secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,026 dan tingkat signifikansinya 0,00 yaitu lebih kecil dari 0,05. Penerimaan dalam bentuk kepercayaan maka akan mendatangkan minat bagi pengguna untuk terus menggunakan bank digital syariah. Sehingga jika seorang individu sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu teknologi maka akan meningkatkan minatnya dalam menggunakan teknologi.

5.2 Saran

Setelah hasil dari sebuah penelitian ini tertulis, baik hasil analisis maupun kesimpulan di atas maka penulis dapat memberikan beberapa saran untuk beberapa pihak yaitu sebagai berikut:

1. Bagi industri bank digital syariah

Kami berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi atau masukan yang dapat dijadikan dipertimbangkan perusahaan khususnya pihak manajemen dan bagi para praktisi perbankan syariah, serta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi pembuatan keputusan untuk memaksimalkan sistem aplikasi bank digital syariah yang akan disediakan untuk nasabah. Agar nasabah akan merasa puas akan pelayanan dari aplikasi bank digital syariah tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara persepsi manfaat dengan minat penggunaan. Aplikasi Bank Digital Syariah ini diharapkan selain mudah digunakan juga membawa manfaat bagi nasabah pengguna aplikasi tersebut. Selain itu diharapkan Perbankan Syariah di Indonesia dapat bekerjasama dengan beberapa tempat seperti restoran, toko dan tempat-tempat lain yang sering dikunjungi masyarakat Indonesia sehingga aplikasi Bank Digital Syariah dapat digunakan dimana saja, kapan saja dan dimana saja. Serta beberapa pembayaran seperti Ovo yang telah bermitra dengan Chatime, aplikasi Mega Mobile dengan Go-Jek untuk mendukung deposit. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut akan mendorong nasabah untuk menggunakan aplikasi mobile banking syariah. Dalam hal ini diharapkan aplikasi Bank Digital Syariah dapat membantu nasabah dalam segala aktivitasnya dengan lebih efektif dan efisien. Seperti menyediakan fitur aplikasi yang cepat digunakan, untuk menghemat waktu nasabah sebagai pengguna, karena tujuan nasabah menggunakan aplikasi Bank Digital Syariah adalah tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk menyelesaikan transaksinya. dalam kehidupan sehari-hari, seperti menggunakan kartu atau harus pergi ke ATM atau kantor.

2. Bagi pihak yang akan meneliti selanjutnya

Kami berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama. Diharapkan juga bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan lebih banyak variabel lain atau akan memperluas penelitiannya agar informasi yang diperoleh lebih lengkap dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi Bank Digital Syariah sehingga meningkatkan tingkat penggunaan bank digital syariah di Indonesia atau bahkan diseluruh dunia meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jabri, I. M., & Sohail, M. S. 2012. *Mobile banking adoption: Application of diffusion of innovation theory*. Journal of Electronic Commerce Research, 13(4), Hal.379–391.
- Ali Mahmudan, *Survei: Generasi Z Indonesia Paling Gandrung Gunakan Internet*. Diakses 15 April 2023, jam 22.00WIB. Dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet>
- Anjar, P. (2017). *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 21 No. 1, 2017, Hal. 88-106
- Anjelina, A. 2018. *Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-money*. Journal of Applied Managerial Accounting, 2(2), Hal.90–102.
- Aritonang, Y.A. L., & Arisman, A. 2017. *Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY)*. Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang. Hal.14.
- Asar, Abuzar dan Achmad Prasetyo. 2015. *Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei* Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015.
- Aulia Mutiara. *Negara umat muslim terbanyak dunia, RI nomor berapa?*. Diakses pada tanggal 20 Maret 2023, pukul 21.00 WIB. Dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia-ri-nomorberapa#:~:text=Total%20ada%20sekitar%20231%20juta%20penduduk%20di%20Indonesia%20yang%20memeluk%20agama%20Islam>
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. 2016. *Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.16 No.3. Hal.2420.
- Baridawan, Z. 2012. *Sistem Akuntansi Keuangan. Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPFPE.
- Budiati, Indah.et.al. 2018. *Statistik Gender Tematik:Profil Generasi Milenial Indonesia, Kerjasama Badan Pusat Statistik dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak(E-Book)*. Diterbitkan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Hal.13.
- Cakra, S. D. P. 2021. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul Jember*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol.5 No.6. Hal.534.
- Davis, F.D. 2014. *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*. MS Quarterly (Online) Vol.13. Hal.320.
- Davis, F.D. 1986. *Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System Theory and Results*. Massachusetts Institute of Technology (MIT). Hal. 12.

- Davis, F.D. 1989. *User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. Management Science*, vol. 35 no.8. Hal.985.
- DSN-MUI. Layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah. diakses pada tanggal 20 Juni 2023. Dari (<https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/4/>)
- Dwi Hadya Jayani. *Sensus Penduduk 2020: Penduduk Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial*. Diakses 12 April 2023, Jam 21.00WIB. Di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Dz.,A.S. 2018. *Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, Vol. 10 no.1. Hal.64.
- Dzulfiqar Fathur Rahman. *Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Perbankan Digital Tumbuh Pesat pada April 2022*. Diakses 23 Maret 2023, jam 20.00 WIB. Di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/31/nilai-transaksi-uang-elektronik-dan-perbankan-digital-tumbuh-pesat-pada-april-2022>
- Endang Fatmawati. 2015. *Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi. Jurnal Perpustakaan dan Informasi UIN Sumatera Utara*, Vol. 9 No.1. Hal.5.
- Eneizan dkk. 2020. *E-WOM, trust, usefulness, ease of use, and online shopping via websites: The moderating role of online shopping experience. Journal of Theoretical and Applied Information Technology* Vol. 98 No.13. Hal.2555.
- Filsa,N. 2022. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bsi Kc Kudus)*. Diakses pada 15 Desember 2023 Jam 22.00 WIB.
- Fred L. Benu dan Agus S. Benu. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fuadi, N.F.Z dkk. 2020. *Empathy or Self Credibility? An Empirical Study of Intentions to Donate through Social Crowdfunding Using the UTAUT Model*. Diakses pada 23 Juni 2023, dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Gani, I dan Siti Amalia. 2018. *Alat Analisis Data*. Yogyakarta: Penerbit Andi 2018.
- Hanafi, H., Kertahadi, & Susilo, H. 2012. *PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN WEBSITE UB TERHADAP SIKAP PENGGUNA DENGAN PENDEKATAN TAM*. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*. Hal. 20.
- Hasna F.A. 2019. *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. Diakses dari <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10149/>
- Hermawan, A. dan Husna Leila Yusran. 2017. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: kencana.
- Irawan, M.N.R.,. 2016. *Pengaruh Modal Usaha Dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerejo Kedungpring Lamongan. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi* Vol.1, no. 2. Hal.78-79.

- Ismulyaty, S., & Siswantini, W.). 2017. *Pengaruh Trust, Risk and Technology Acceptance Models Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Minat Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.5 No.1.
- Istiarni, P.R.D, dkk. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. *Diponegoro journal of accounting*. Vol.3 no.2. Hal.19.
- Jahja, J. 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakukan*. Yogyakarta:ANDI.
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Koni, W., dan Saifullah. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Amanah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo*. *Islamic Economics and Finance Journal*, vol.1.No.1. Hal.45.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)'><https://kbbi.web.id/minat>>
- Kotler, dkk. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Latief, F., & Dirwan, D. 2020. *Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, Vol. 3 No.1. Hal.19.
- Lewis, K. 2010. *Predicting young consumers' take up of mobile banking services*. *International Journal of Bank Marketing* Vol.28 no.5.
- Lisa Handono. 2004. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan Terhadap Jasa Kontraktor*. Malang: CV. Anugerah Jaya Surabaya.
- Lubis, B., dan Sunasih Mulyaningsih. 2019. *Keterkaitan bonus demografi dengan teori generasi*. *Jurnal registratie* Vol. 1 no. 1. Hal.26.
- Maghfira. 2021. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay*. Diakses di <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/9545/Maghfira%20-%2014312273.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manfarisa, N. 2022. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah*. Diakses dari https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/68995/1/179.%201118085000069_Nasya%20Manfarisa.pdf
- Matondang, A. 2018. *Pengaruh Antara Minat Dan Motivasi Dengan Prestasi Belajar*. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Vol.2 No.2. Hal.25.
- Maulidya, G.P. dan Nur Afifa. 2021. *Perbankan Dalam Era Baru Digital: Menuju Bank 4.0*, *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*. Hal.284.

- Mohan, M., dkk.2021. *Factors Influencing Customers To Use Digital Banking Services In Twin Cities Of Telangana State. Nat. Volatiles & Essent. Oils*, Vol.8 No.4. Hal.10569.
- Mufarih, M. dkk. 2020. *Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia. Journal of Asian Finance Economics and Business*, Vol. 7 No.1. Hal. 9.
- Mulyandi, M R, dan Estika P Sani. 2020. *Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia). Jurnal IKRA Ekonomika*, Vol 3 No.1. Hal.42.
- Murdiyanto dkk.2021. *Digitalisasi sebagai upaya adaptif industri pasar modal di era disruption: dampak pada eksistensi WPPE di masa pandemi, Management and Business Review*, Vol.5 No.2. Hal.151.
- Mutiasari, A.I. 2020. *Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital, Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol.9 No.2. Hal.5.
- Nastiti, Dwi dan Nurfi Laili. 2020. *Buku ajar asesmen minat dan bakat teori dan aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press
- Norhermaya, Y.A., dan Soesanto, H. *Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang studi pada online store lazada. Journal of Management*, vol 5 no.3. Hal.3-4.
- Nurdin dkk. 2021. *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, Vol 3 no.1. Hal.30–45.
- Nurhasanah.F dan Abdul Jalil. 2018. *Pengaruh pengetahuan santri mengenai akad wadiah terhadap minat menabung di bank syariah (studi kasus pondok pesantren an nur bantul Yogyakarta)*. Diakses dari <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic/article/view/190/148>
- OJK. *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. Diakses 21 Juni 2023. Dari <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Documents/LAPORAN%20PERKEMBANGAN%20KEUANGAN%20SYARIAH%20INDONESIA%202022.pdf>
- Pratama, A.B. 2019. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.27 No.2*. Hal.948.
- Pratiwi, M.T, dkk. 2017. *Analisis Pengaruh Technology Readyness Terhadap Minat Menggunakan T-CASH di Kota Semarang. Jurnal Bisnis Strategi Vol. 26 No.1*. Hal.79.
- Priambodo, S., dan Bulan Prabawani. 2016. *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat ulang menggunakan layanan uang elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.6 no.2. Hal.7.
- Priyono, Anjar. 2017. *Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay*. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 21 No. 1, 88-106.

- Priyono, A. 2017. *Analisis pengaruh trust dan risk dalam Riza, A.F. 2019. Customer acceptance of digital banking in Islamic bank: Study on millennial generation*. Dikases dari <https://journal.uui.ac.id/CIMAE/article/view/13351>
- Pratama H.C. 2012. *Cyber smart parenting : kiat sukses menghadapi dan mengasuh generus digital*. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia.
- Purwadi, F.D. 2013. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi kasus pada Nasabah Bank Mandiri Jalan Slamet Riyadi Surakarta)*. Diakses dari <https://eprints.ums.ac.id/26970/>
- Reppi, J.M, dkk. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Iphone Pada Pusat Perbelanjaan ITC Manado*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 15 no.5. Hal. 830.
- Requelme, H.E dan Rosa E. Rios. 2010. *Moderating Effect of Gender in the Adoption of Mobile Banking*. *Journal of Bank Marketing*, Vol.28 no.5.
- Rodiah, S. 2020. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*. Diakses dari <http://lib.unnes.ac.id/43059/1/7101416017.pdf>
- Sabah, A.A., dkk. 2009. *An Investigation Into The Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia*. *Journal Technovation* Vol 29 No.2. Hal.131.
- Seetharaman, A., dkk. 2017. *Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore*. *Journal of Applied Economics and Business Research*. Vol 7 No.2. Hal.118.
- Siregar, S. 2010. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Stillman, D, dkk. 2018. *Generasi Z : Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja (Cetakan Pertama)*. *Jurnal Perpustakaan dan Informasi UIN Sumatera Utara*, Vol.9. Hal. 87.
- Suarmita, I. G. M dan Sukawati, T. G. R. 2018. *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Hijau Merek Herbalife*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol.8 no.3. h.1287.
- Sukanto M.M., *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985, hlm. 120.
- Sumerta, I. K., dan Wardana, I. M., 2018. *Analysis of Intention To Use Electronic Money in Denpasar City: Tam Approach*. *Archives of Business Research*, Vol.6 No.10. Hal. 50.
- Taniredja, T. 2014. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta. Hal. 42.
- Taylor, J.W.1974. *The Role Of Risk in Consumer Behavior*. *Journal of Marketing*, Vol. 8. Hal.58.
- Vishnuvardhan, B., Manjula, B., & Lakshman, N. 2020. *A Study of Digital Banking: Security Issues and Challenges*.

Yosepha Pusparisa. *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% populasi pada 2025.*
Diakses 20 Maret 2023, jam 20.00 WIB.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya Afidatunnisa (1905036086) Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Saya saat ini sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir skripsi saya yang berjudul "**Analisis Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Z Di Kota Semarang**".

Saya berharap saudara berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Kelahiran 1995-2006
2. Berdomisili di Kota Semarang
3. Pernah/sedang menggunakan bank digital syariah

Mohon bantuannya teman-teman semua untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaannya dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Perempuan/Laki-laki
3. Umur :
4. Alamat Domisili:
5. Pekerjaan
 - a. Pegawai Swasta
 - b. PNS/ASN
 - c. Wiraswasta/Pengusaha
 - d. Mahasiswa/Pelajar
6. Pernah/sedang menggunakan bank digital syariah
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Bank digital syariah apa yang digunakan
 - a. Bank Jago Syariah
 - b. Bank Aladin

B. Berikan jawaban pada semua pertanyaan dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian sejauh mana pernyataan itu sesuai dengan realita. Diharapkan agar semua pertanyaan diisi secara beruntun dimulai dari pertanyaan nomer satu dan seterusnya.

Kriteria 5 menjadi dibagi jawaban Skor pertanyaan pada (√) tanda memberikan Dengan

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

PERTANYAAN PENELITIAN

Kemudahan (X₁)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi bank digital syariah mudah digunakan					
2	Aplikasi bank digital syariah tidak memerlukan proses install yang sulit					
3	Aplikasi bank digital syariah mudah dipelajari					
4	Aplikasi bank digital syariah tidak memerlukan proses instal yang sulit					
5	Aplikasi bank digital syariah tidak menyulitkan saat digunakan					

Kemanfaatan (X₂)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan aplikasi Bank Digital Syariah sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari					
2	Menggunakan aplikasi bank digital Syariah sangat efektif dalam membantu kebutuhan bertransaksi maupun kebutuhan mobile lainnya					
3	Menggunakan aplikasi Bank Digital Syariah akan meningkatkan kinerja pengguna					
4	Menggunakan aplikasi Bank Digital Syariah meningkatkan keefektifan dalam pekerjaan					
5	Aplikasi Bank Digital Syariah menguntungkan dalam pekerjaan sehari-hari					
6	Menggunakan aplikasi Bank Digital Syariah dalam pekerjaan meningkatkan produktivitas					
7	Menggunakan aplikasi Bank Digital Syariah akan					

	mempermudah pekerjaan					
--	-----------------------	--	--	--	--	--

Risiko (X₃)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Bank digital syariah dilengkapi dengan kata sandi sehingga data/informasi nasabah aman					
2	Saya merasa tidak takut dan khawatir bertransaksi melalui bank digital syariah karena keakuratan proses dan data terjamin keamanan serta kerahasiaannya					
3	Bank digital syariah tidak terkena biaya pulsa pada saat melakukan transaksi					
4	Bank digital syariah tidak berakibat tinggi dalam kehilangan uang					
5	Bank digital syariah jarang terjadi error system					
6	Gangguan jaringan dalam bank digital syariah sangat rendah karena tidak sulit untuk mendapatkan jaringan dimanapun saya berada					

Kepercayaan (X₄)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Bertransaksi menggunakan layanan bank digital Syariah merasa aman					
2	Saya yakin dengan struktur hukum dan teknologi cukup melindungi jika ada masalah pada akun bank digital Syariah					
3	Saya yakin bahwa kerahasiaan data pribadi akan terjamin dalam menggunakan bank digital Syariah					

4	Fitur dan fungsi dalam Bank digital Syariah berjalan dengan baik dan aman					
5	Saya yakin bahwa bank digital syariah sepenuhnya dapat dipercaya					
6	Mempercayai bank digital Syariah					

Minat (Y)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Bank digital syariah dapat melakukan segala macam transaksi yang saya butuhkan					
2	Saya akan terus menggunakan bank digital syariah untuk menunjang kelancaran dalam melakukan transaksi online.					
3	Saya akan merekomendasikan bank digital syariah kepada orang lain					
4	Dengan berbagai keuntungan yang saya dapatkan, saya menyarankan nasabah lain untuk menggunakan bank digital syariah					

LAMPIRAN II

Responden	Kemudahan (X1)					TX1	Kemanfaatan (X2)							TX2
	PE-1	PE-2	PE-3	PE-4	PE-5		PE-1	PE-2	PE-3	PE-4	PE-5	PE-6	PE-7	
R1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R2	1	2	5	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	21
R3	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	5	4	5	32
R4	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	4	4	5	31
R5	4	4	4	3	2	17	3	4	3	4	4	3	4	25
R6	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	4	5	30
R7	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R8	2	2	2	2	2	10	2	2	4	4	2	4	3	21
R9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R10	5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	4	4	4	27
R11	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	5	4	31
R12	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	3	4	4	26
R13	3	3	3	2	3	14	5	5	5	5	5	5	5	35
R14	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	4	4	30
R15	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	5	4	4	30
R16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R17	4	5	5	4	4	22	4	5	5	5	4	4	5	32
R18	5	5	4	4	4	22	4	4	3	3	3	4	5	26
R19	4	4	3	5	5	21	4	4	4	4	4	4	4	28
R20	5	4	4	4	5	22	4	5	5	4	4	4	5	31
R21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	5	5	31
R22	4	4	5	5	4	22	4	4	3	3	3	4	4	25
R23	4	4	3	4	5	20	4	4	3	3	4	3	3	24
R24	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	2	3	20
R25	3	3	3	4	3	16	4	4	3	4	3	3	3	24
R26	4	4	5	1	5	19	5	5	4	5	5	5	5	34
R27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R28	5	4	4	3	4	20	4	4	2	2	2	3	4	21
R29	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	5	34
R30	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	5	5	5	32
R31	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R32	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	4	24
R33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R34	5	4	5	4	4	22	5	5	5	4	4	4	4	31
R35	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	3	3	25
R36	4	3	3	5	2	17	2	4	5	4	3	4	5	27
R37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R38	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	4	4	4	28
R39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R40	2	1	4	3	1	11	3	2	3	2	4	4	4	22

R41	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28
R42	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	2	14
R43	4	4	3	3	5	19	5	5	4	4	4	4	4	30
R44	5	4	4	2	3	18	5	5	5	5	4	4	3	31
R45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R46	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21
R47	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	4	4	25
R48	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	4	4	31
R49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
R50	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	3	3	24
R51	5	4	4	4	5	22	4	3	4	4	4	3	4	26
R52	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	5	35
R53	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R54	4	4	5	4	5	22	4	5	4	5	4	5	4	31
R55	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	21
R56	4	3	5	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	27
R57	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R58	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	4	5	4	31
R59	3	4	4	3	3	17	4	4	3	3	4	4	3	25
R60	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R61	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	3	3	23
R62	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	3	23
R63	3	2	3	5	4	17	2	2	3	3	3	3	3	19
R64	1	1	1	1	1	5	4	4	3	4	3	4	4	26
R65	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	3	4	24
R66	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	5	5	5	34
R67	4	4	4	4	3	19	2	3	4	4	4	4	4	25
R68	4	5	5	5	5	24	5	4	4	5	5	3	5	31
R69	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	5	5	5	32
R70	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	4	5	5	33
R71	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	5	4	4	31
R72	5	5	5	4	4	23	4	5	4	4	4	4	4	29
R73	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	4	4	4	26
R74	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	4	4	30
R75	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	4	5	5	31
R76	4	4	5	5	4	22	3	3	3	4	4	5	5	27
R77	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	4	4	29
R78	5	5	5	5	5	25	3	3	3	4	4	4	4	25
R79	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	5	32
R80	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	4	5	31
R81	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	5	5	32
R82	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	4	4	5	31
R83	5	5	5	4	5	24	5	3	3	3	4	4	5	27
R84	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	5	5	31
R85	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	4	5	26

R86	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	5	5	33
R87	4	4	4	4	5	21	3	3	5	4	4	4	5	28
R88	4	4	5	4	4	21	4	4	5	3	4	4	5	29
R89	4	4	5	5	5	23	4	3	5	4	4	4	4	28
R90	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	4	4	4	29
R91	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	3	3	3	26
R92	4	4	4	4	4	20	3	3	5	4	4	3	3	25
R93	4	4	4	4	4	20	4	3	5	3	3	3	4	25
R94	4	4	4	4	4	20	4	3	5	3	3	4	4	26
R95	4	4	4	4	4	20	3	3	5	4	4	3	4	26
R96	4	4	4	4	4	20	3	4	5	3	3	3	4	25
R97	4	4	4	4	4	20	3	3	5	4	3	4	3	25
R98	4	4	4	4	4	20	3	3	5	3	3	4	4	25
R99	4	4	4	4	4	20	4	3	5	3	3	4	4	26
R100	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	4	4	30
R101	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
R102	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
R103	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
R104	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
R105	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	5	34
R106	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R107	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R108	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R109	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R110	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R111	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
R112	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	5	34
R113	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	5	34
R114	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	5	34
R115	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	5	34

Responden	Risiko (X3)						TX3	Kepercayaan (X4)						TX4
	PE-1	PE-2	PE-3	PE-4	PE-5	PE-6		PE-1	PE-2	PE-3	PE-4	PE-5	PE-6	
R1	1	4	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
R2	1	5	5	5	3	3	22	4	4	4	4	4	4	24
R3	1	4	2	5	5	3	20	4	4	4	4	4	4	24
R4	1	5	2	4	1	2	15	5	4	5	5	4	4	27
R5	1	3	2	4	1	2	13	4	4	3	3	3	4	21
R6	5	5	2	3	1	2	18	5	4	5	4	5	5	28
R7	5	4	2	5	1	2	19	4	4	4	5	5	4	26
R8	2	4	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	12
R9	5	5	3	2	2	3	20	4	3	4	4	4	4	23
R10	4	5	5	2	2	5	23	4	4	5	5	4	4	26

R11	5	5	5	2	2	4	23	4	4	5	4	5	5	27
R12	5	4	5	1	2	3	20	4	4	4	4	4	4	24
R13	5	5	5	1	2	5	23	5	5	5	5	5	5	30
R14	5	5	5	1	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30
R15	5	4	4	1	5	5	24	4	5	4	4	5	5	27
R16	4	4	3	1	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
R17	4	5	4	1	5	5	24	5	5	5	4	4	4	27
R18	5	4	4	1	5	4	23	4	4	5	5	4	4	26
R19	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	5	25
R20	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	5	5	5	27
R21	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	4	4	28
R22	3	4	5	5	5	5	27	4	5	4	5	4	5	27
R23	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	4	4	4	23
R24	4	3	5	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24
R25	4	3	4	4	2	3	20	3	3	3	3	3	3	18
R26	3	4	5	3	2	2	19	4	4	3	4	4	4	23
R27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
R28	5	4	5	3	4	5	26	4	4	5	5	4	4	26
R29	5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	4	4	4	26
R30	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	5	4	25
R31	3	3	5	3	3	3	20	3	3	3	3	3	3	18
R32	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	4	3	3	19
R33	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	5	30
R34	4	3	4	3	3	3	20	3	3	4	4	4	4	22
R35	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
R36	4	5	4	4	3	1	21	2	2	3	4	5	4	20
R37	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
R38	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
R39	5	5	5	3	3	3	24	5	5	5	5	5	5	30
R40	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	4	19
R41	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
R42	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	2	12
R43	5	3	3	4	2	3	20	4	4	4	4	3	4	23
R44	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	5	28
R45	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
R46	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
R47	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	4	4	3	22
R48	4	3	4	3		3	17	3	3	3	3	3	3	18
R49	3	3	3	3	3	3	18	2	2	2	2	2	2	12
R50	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	18
R51	4	4	5	5	4	4	26	5	4	5	5	5	5	29
R52	3	3	3	3	3	3	18	4	3	5	4	3	4	23
R53	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
R54	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	27
R55	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18

R56	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24
R57	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
R58	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	27
R59	3	4	4	3	3	4	21	4	3	3	4	4	3	21
R60	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
R61	4	4	3	2	3	3	19	4	4	4	4	4	4	24
R62	5	4	4	4	3	3	23	4	4	5	4	4	4	25
R63	2	2	4	2	1	1	12	2	2	2	2	2	2	12
R64	5	5	4	4	3	5	26	4	4	5	5	4	4	26
R65	3	3	4	5	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24
R66	5	3	5	3	3	4	23	4	4	4	5	5	5	27
R67	5	3	5	5	5	5	28	4	4	4	3	4	5	24
R68	5	4	5	4	4	4	26	4	3	4	4	5	5	25
R69	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
R70	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	5	5	5	29
R71	5	5	5	5	5	5	30	3	3	4	5	4	4	23
R72	4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	5	5	5	28
R73	4	5	4	2	4	4	23	4	4	5	5	5	5	28
R74	5	5	5	2	2	4	23	5	4	4	3	4	4	24
R75	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	3	4	23
R76	3	4	4	2	4	4	21	4	4	5	4	4	4	25
R77	4	4	4	1	3	4	20	5	4	4	4	5	4	26
R78	5	5	4	1	4	4	23	4	4	4	4	4	5	25
R79	4	4	4	1	5	5	23	5	4	4	4	4	5	26
R80	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	5	5	5	27
R81	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	5	5	5	27
R82	4	4	5	4	5	5	27	5	5	4	3	3	5	25
R83	5	4	4	4	5	5	27	4	4	5	3	4	4	24
R84	4	4	5	5	4	4	26	5	5	5	4	4	4	27
R85	5	5	5	4	5	4	28	4	4	5	5	5	4	27
R86	4	4	5	5	4	4	26	4	4	3	3	5	5	24
R87	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	5	4	4	25
R88	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
R89	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	4	5	5	27
R90	4	4	4	3	5	4	24	4	4	5	4	4	4	25
R91	4	4	5	5	4	4	26	4	4	5	4	4	4	25
R92	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
R93	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	5	4	4	25
R94	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
R95	4	4	4	2	4	2	20	4	3	3	3	4	4	21
R96	4	4	4	2	4	2	20	4	4	4	4	4	4	24
R97	3	3	4	2	4	2	18	4	4	4	4	4	4	24
R98	3	3	4	2	4	2	18	4	4	4	3	4	4	23
R99	3	3	4	2	4	4	20	3	4	3	4	4	4	22
R100	4	4	3	2	4	4	21	4	5	5	5	5	5	29

R101	3	2	2	2	1	2	12	5	5	5	5	5	5	30
R102	5	2	2	2	1	2	14	5	5	5	5	5	5	30
R103	4	2	2	2	1	2	13	5	5	5	5	5	5	30
R104	2	2	2	2	1	2	11	5	5	5	5	5	5	30
R105	2	2	2	2	2	2	12	5	5	5	5	5	5	30
R106	2	2	2	2	2	2	12	5	5	5	5	5	5	30
R107	1	2	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	5	30
R108	1	2	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	5	30
R109	1	2	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	5	30
R110	1	2	2	2	1	2	10	5	5	5	5	5	5	30
R111	1	2	2	2	1	2	10	5	5	5	5	5	5	30
R112	1	2	2	2	1	2	10	5	5	5	5	5	5	30
R113	1	2	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	5	30
R114	1	2	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	5	30
R115	1	2	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	5	30

Responden	Minat (Y)				TY
	PE-1	PE-2	PE-3	PE-4	
R1	4	4	4	4	16
R2	4	4	4	4	16
R3	4	4	4	4	16
R4	4	4	5	4	17
R5	4	4	4	3	15
R6	4	4	5	5	18
R7	5	5	5	5	20
R8	2	2	2	2	8
R9	5	3	4	4	16
R10	4	4	5	5	18
R11	4	4	3	4	15
R12	4	4	4	4	16
R13	5	5	5	5	20
R14	5	5	5	5	20
R15	4	5	5	5	19
R16	4	4	4	4	16
R17	4	5	4	4	17
R18	4	4	5	4	17
R19	5	4	4	3	16
R20	4	4	5	5	18
R21	4	4	4	4	16
R22	4	4	5	5	18
R23	4	4	5	5	18
R24	4	4	4	4	16
R25	3	3	3	3	12
R26	5	5	3	3	16

R27	4	4	4	4	16
R28	3	4	2	3	12
R29	5	5	5	5	20
R30	4	4	4	4	16
R31	4	4	3	3	14
R32	4	4	4	4	16
R33	5	5	5	5	20
R34	4	4	4	4	16
R35	3	3	3	3	12
R36	4	5	4	1	14
R37	4	4	4	4	16
R38	5	5	5	5	20
R39	5	5	5	5	20
R40	3	2	5	3	13
R41	4	4	4	4	16
R42	2	2	2	2	8
R43	4	4	3	3	14
R44	5	4	5	4	18
R45	4	4	4	4	16
R46	3	3	3	3	12
R47	4	3	4	4	15
R48	4	3	3	3	13
R49	3	3	3	3	12
R50	4	3	3	3	13
R51	5	4	5	4	18
R52	5	4	3	3	15
R53	5	5	5	5	20
R54	4	5	4	5	18
R55	3	3	3	3	12
R56	4	4	4	4	16
R57	5	5	5	5	20
R58	4	5	4	5	18
R59	3	4	3	3	13
R60	5	5	5	5	20
R61	4	3	3	3	13
R62	4	4	4	4	16
R63	3	3	3	3	12
R64	4	4	3	3	14
R65	4	4	4	4	16
R66	5	4	4	4	17
R67	4	4	5	4	17
R68	4	4	5	5	18
R69	5	4	5	5	19
R70	5	4	4	4	17
R71	4	4	4	4	16

R72	4	4	5	5	18
R73	4	4	4	4	16
R74	5	4	4	4	17
R75	4	5	4	4	17
R76	4	3	4	4	15
R77	4	4	4	4	16
R78	5	5	5	5	20
R79	4	5	5	4	18
R80	4	5	5	4	18
R81	5	5	5	5	20
R82	4	4	5	5	18
R83	5	5	5	4	19
R84	5	3	3	4	15
R85	4	4	5	4	17
R86	3	4	3	5	15
R87	4	4	5	5	18
R88	4	5	5	5	19
R89	4	4	5	5	18
R90	4	4	4	4	16
R91	4	4	5	5	18
R92	4	4	4	4	16
R93	4	3	4	4	15
R94	4	4	4	4	16
R95	4	4	4	4	16
R96	4	4	4	4	16
R97	4	4	4	4	16
R98	4	3	4	4	15
R99	4	4	4	4	16
R100	4	4	4	4	16
R101	5	5	5	5	20
R102	5	5	5	5	20
R103	5	5	5	5	20
R104	5	5	5	5	20
R105	5	5	5	5	20
R106	5	5	5	5	20
R107	5	5	5	5	20
R108	5	5	5	5	20
R109	5	5	5	5	20
R110	5	5	5	5	20
R111	5	5	5	5	20
R112	5	5	5	5	20
R113	5	5	5	5	20
R114	5	5	5	5	20
R115	5	5	5	5	20

LAMPIRAN III

HASIL OUTPUT SPSS

UJI STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Kemudahan	115	5	25	21.22	.341	3.658
Kemanfaatan	115	14	35	28.95	.417	4.470
Risiko	115	10	30	21.37	.507	5.438
Kepercayaan	115	12	30	25.05	.384	4.114
Minat	115	8	20	16.76	.245	2.631
Valid N (listwise)	115					

UJI VALIDITAS VARIABEL KEMUDAHAN (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.863**	.673**	.646**	.758**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.2	Pearson Correlation	.863**	1	.726**	.659**	.780**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.3	Pearson Correlation	.673**	.726**	1	.608**	.652**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.4	Pearson Correlation	.646**	.659**	.608**	1	.671**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.5	Pearson Correlation	.758**	.780**	.652**	.671**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.Total	Pearson Correlation	.901**	.921**	.831**	.825**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115

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

UJI VALIDITAS VARIABEL KEMANFAATAN (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X12.6	X2 TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.447**	.598**	.601**	.614**	.579**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
X2.2	Pearson Correlation	.447**	1	.579**	.478**	.529**	.525**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
X2.3	Pearson Correlation	.598**	.579**	1	.672**	.647**	.510**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
X2.4	Pearson Correlation	.601**	.478**	.672**	1	.708**	.663**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
X2.5	Pearson Correlation	.614**	.529**	.647**	.708**	1	.759**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
X12.6	Pearson Correlation	.579**	.525**	.510**	.663**	.759**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
X2 TOTAL	Pearson Correlation	.827**	.707**	.800**	.840**	.854**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115	115

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

UJI VALIDITAS VARIABEL RISIKO (X₃)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.608**	.611**	.213*	.457**	.587**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.022	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	114	115	115
X3.2	Pearson Correlation	.608**	1	.610**	.352**	.520**	.617**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	114	115	115
X3.3	Pearson Correlation	.611**	.610**	1	.392**	.634**	.695**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	114	115	115

	Pearson Correlation	.213*	.352**	.392**	1	.416**	.399**	.612**
X3.4	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	114	115	115
	Pearson Correlation	.457**	.520**	.634**	.416**	1	.744**	.814**
X3.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114	114
	Pearson Correlation	.587**	.617**	.695**	.399**	.744**	1	.864**
X3.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	114	115	115
	Pearson Correlation	.744**	.782**	.836**	.612**	.814**	.864**	1
X3.Total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	114	115	115

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

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

UJI VALIDITAS VARIABEL KEPERCAYAAN (X₄)

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.Total
	Pearson Correlation	1	.843**	.779**	.647**	.681**	.739**	.883**
X4.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.843**	1	.754**	.686**	.677**	.778**	.894**
X4.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.779**	.754**	1	.751**	.689**	.706**	.886**
X4.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.647**	.686**	.751**	1	.759**	.704**	.861**
X4.4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.681**	.677**	.689**	.759**	1	.830**	.875**
X4.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.739**	.778**	.706**	.704**	.830**	1	.896**
X4.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115	115
	Pearson Correlation	.883**	.894**	.886**	.861**	.875**	.896**	1
X4.Total	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115	115

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

UJI RELIABILITAS

KEMUDAHAN (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	5

KEMANFAATAN (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	7

RISIKO (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	6

KEPERCAYAAN (X₄)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	6

UJI ASUMSI KLASIK
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28559618
	Absolute	.151
Most Extreme Differences	Positive	.132
	Negative	-.151
Kolmogorov-Smirnov Z		1.616
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

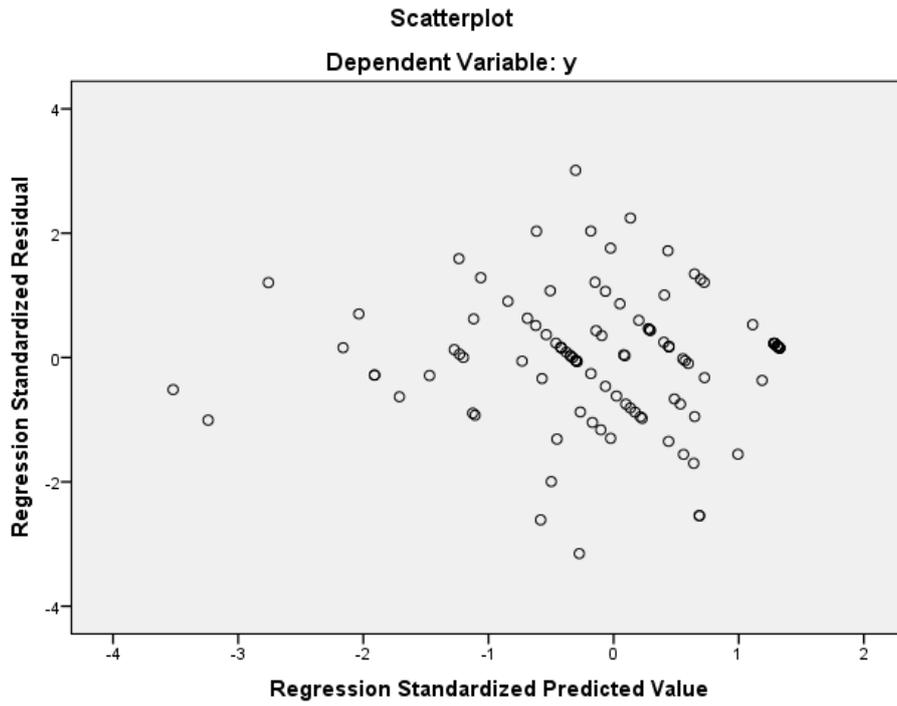
UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.288	.996		1.293	.199		
1 x1	.184	.049	.255	3.785	.000	.477	2.097
x2	.092	.042	.157	2.194	.030	.424	2.360
x3	-.002	.023	-.004	-.091	.928	.960	1.042
x4	.357	.044	.558	8.026	.000	.449	2.228

a. Dependent Variable: y

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.288	.996		1.293	.199	
1	x1	.184	.049	.255	3.785	.000
	x2	.092	.042	.157	2.194	.030
	x3	-.002	.023	-.004	-.091	.928
	x4	.357	.044	.558	8.026	.000

a. Dependent Variable: y

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.288	.996		1.293	.199
1 x1	.184	.049	.255	3.785	.000
x2	.092	.042	.157	2.194	.030
x3	-.002	.023	-.004	-.091	.928
x4	.357	.044	.558	8.026	.000

a. Dependent Variable: y

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary^b

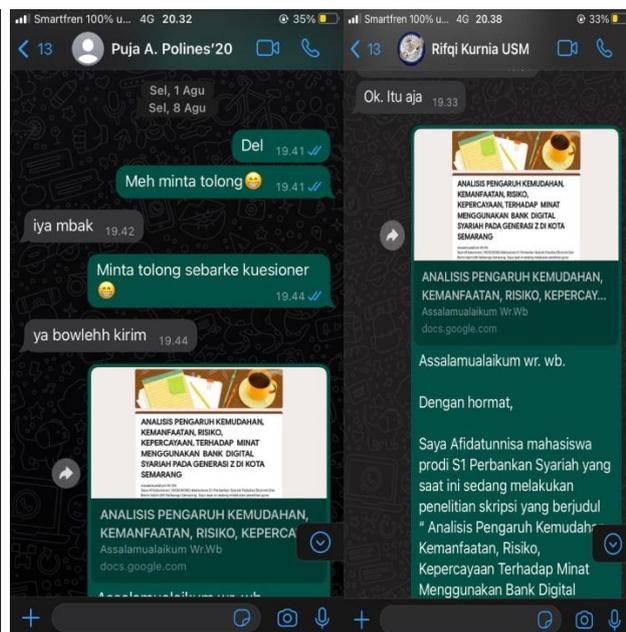
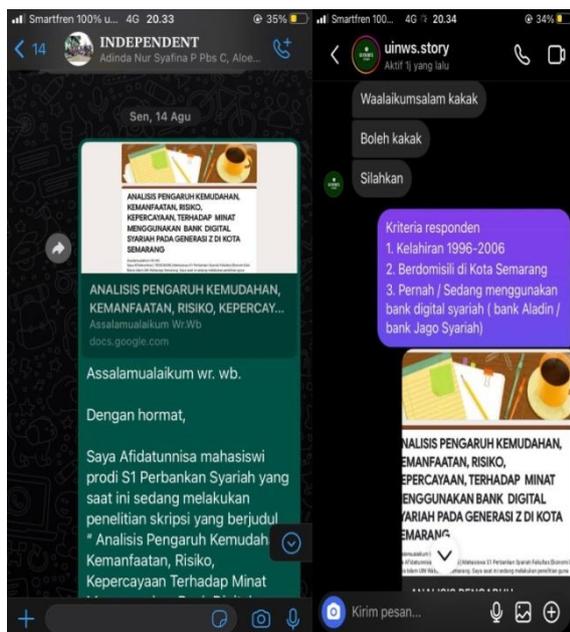
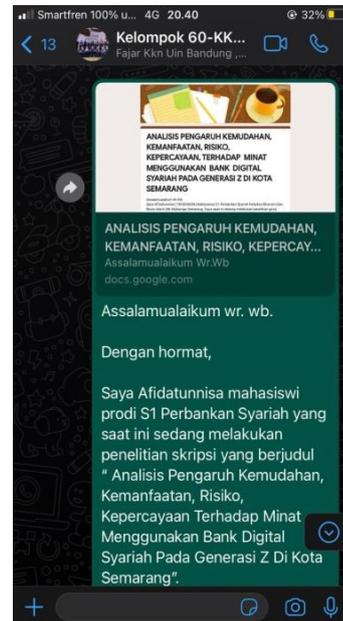
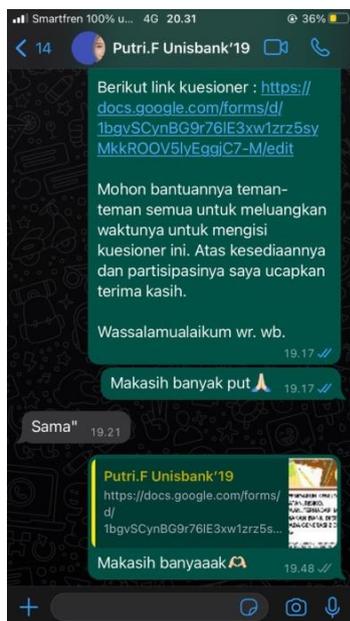
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.753	1.309

a. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

LAMPIRAN IV

PENYEBARAN KUESIONER MELALUI MEDIA SOSIAL



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PENULIS

Nama : Af'idatunnisa

TTL : Kendal, 21 September 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Dk. Legoksari RT01/RW02 Desa Pidodokulon, KecamatanPatebon, Kabupaten Kendal

Email : afidannsa09@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Mardisunu Pidodokulon (2005-2007)
2. SDN 2 Pidodokulon (2007-2013)
3. MTS NU 24 DU Pidodokulon (2013-2016)
4. MAN Kendal (2016-2019)
5. UIN Walisongo Semarang (2019-2023)