

**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIN TERHADAP
MINAT NASABAH BERTRANSAKSI SECARA ONLINE PADA
BANK MUAMALAT CABANG PALU**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu*

Oleh

BESSE RINA KARTIKA
NIM : 163150035

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusunan yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIN TERHADAP MINAT NASABAH BERTRANSAKSI SECARA ONLINE PADA BANK MUMALAT CABANG PALU**” adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, Agustus 2020 M.
Dzulhijjah 1441 H.

Penulis,

BESSE RINA KARTIKA
NIM 16.3.15.0035

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online pada Bank Muamalat Cabang Palu" oleh Besse Rina Kartika NIM/ 163150035, mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan.

Palu, Agustus 2020 M.
Dzulhijjah 1441 H.

Pembimbing I



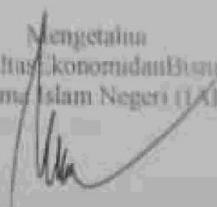
Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D
19690301 199903 1 005

Pembimbing II



Syaifulloh MS, S.Ag, M.S, INIP.
NIP. 19740828 200501 1 002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu



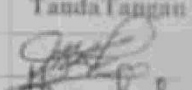



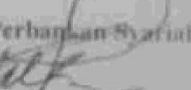
Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saulati Besse Rina Kartika, NIM 163150035 dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online pada Bank Muamalat cabang Palu" yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 03 September 2020 M yang bertepatan dengan tanggal 15 Muharam 1442 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, September 2020M
Muharam 1442 H.

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan M. Ag.	
Munaqisy 1	Dr. Sofyan Bachrud, S. Pd., M.M.	
Munaqisy 2	Ahmad Ariel, Lc., M.H.I.	
Pembimbing 1	Nurdm, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D.	
Pembimbing 2	Syaifulloh MS S Ag M S I	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Ketua
Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Malkan M. Ag.
NIP. 19681231 199703 1 010

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online Pada Bank Muamalat Cabang Palu”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1(S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang tua Penulis yaitu Bapak Muh. Aris dan Ibu Fatmawati yang telah membesarkan, mendidik dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini. Semoga Allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmat-Nya. Aamiin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor IAIN Palu, Bapak Dr.H. Abidin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.H. Kamarudin M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Drs. H. Iskandar M.Sos.I selaku Wakil Rektor Bidang kemahasiswaan dan kerjasama,

yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di IAIN Palu.

3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu beserta Bapak Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D. selaku Wakil Dekan 1 dan juga selaku pembimbing I penulis dan Ibu Dr.Ermawati,M.Ag, selaku Wakil Dekan II yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses belajar.
4. Bapak Dr. Malkan,M.Ag, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Palu.
5. Bapak Syaifullah MS, S.Ag, M.S.I selaku pembimbing II penulis yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menyusun Skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
6. Ibu Yuni Amelia, S.Pd.,M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memotivasi, membimbing, dan memberikan segalanya dalam hal akademik, sehingga penulis dapat menyelesaikan semua program studinya dengan baik dan lancar.
7. Seluruh tenaga pengajar dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu khususnya Bapak dan Ibu Dosen yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
8. Seluruh staf dan pegawai akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik ke pada penulis selama kuliah.
9. Sahabat dan seluruh teman-teman PS-2 2016, yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian ini.

Akhirnya, kepada semua pihak yang ikut andil dalam perjalanan penyelesaian Skripsi ini yang tidak tertulis disini, terimakasih atas segala kebaikan karena telah membantu penulis. Penulis senantiasa mendo'akan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah swt. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Palu, Agustus 2020 M.

Dzulhijjah 1441 H.

Penulis

BESSE RINA KARTIKA.

NIM: 163150035

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan masalah.....	7
C. Tujuan dan kegunaan penelitian.....	8
1. Tujuan penelitian	8
2. Kegunaan penelitian	9
D. Penegasan Istilah	10
E. Garis-Garis Besar Isi	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori	16
1. Pengetahuan	16
2. Kepercayaan.....	23
3. Kemudahan Penggunaan.....	27
4. Mobile Banking Muamalat DIN.....	29
5. Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online	30
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel	37
D. Sumber data dan Variabel Penelitian	37

E. Definisi Operasional.....	39
F. Instrumen Penelitian.....	41
G. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Teknik Analisa Data.....	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas.....	44
3. Uji Asumsi Klasik	44
4. Uji Regresi Berganda.....	46
5. Uji Hipotesis.....	46
6. Uji Koefisien Determinasi	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	50
B. Hasil Penelitian.....	52
C. Pembahasan	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3.2 Skala Likert.....	42
Tabel 4.1 Deskripsi Kuesioner	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	56
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan (X1)	58
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X2)	59
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X3).....	61
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online (Y)	62
Tabel 4.11 <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (Histogram).....	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas	66
Gambar 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas	68

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket (Kuesioner)
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Tabel R
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 10 Tabel T
- Lampiran 11 Tabel F
- Lampiran 12 Surat Izin Penelitian (dari Kampus)
- Lampiran 13 Dokumentai Penelitian
- Lampiran 14 Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama : Besse Rina Kartika
Nim : 163150035
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIN TERHADAP MINAT NASABAH BERTRANSAKSI SECARA ONLINE PADA BANK MUAMALAT CABANG PALU.

Rumusan dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah pengetahuan tentang Mobile banking berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu? 2) Apakah kepercayaan tentang Mobile banking berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu? 3) Apakah kemudahan penggunaan Mobile banking berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu? 4) Apakah pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan Mobile banking berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online di bank Muamalat Cabang Palu?

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan pembagian angket/kuesioner. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan mobile banking. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, dikarenakan pihak bank tidak memberikan informasi mengenai jumlah nasabah yang menggunakan mobile banking. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel dimana hanya individu yang kebetulan dijumpai saja dipilih. Dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 nasabah. Dalam melakukan proses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 16.0. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variabel pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada bank Muamalat cabang Palu. Secara simultan, pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada bank Muamalat cabang Palu sebesar 47,3%.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Muamalat Indonesia (BMI) adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah dalam menjalankan operasionalnya. Sekalipun Masyarakat di Indonesia merupakan Muslim terbesar di dunia, kehadiran bank yang berdasarkan Syariah masih relatif baru, yaitu pada awal tahun 1990-an. Namun, diskusi tentang bank syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal 1980. Sedangkan prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990.

Lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim yang dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan membentuk Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditanda tangani pada tanggal 01 November 1991. Saat ini BMI sudah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makassar, dan kota-kota lainnya.¹

Bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju seperti negara-negara Eropa, Amerika dan Jepang, mendengar kata bank sudah bukan merupakan barang yang asing. Bank sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan mereka. Disamping itu, peranan perbankan sangat memengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Bank dijadikan tempat untuk

¹Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, edisi revisi (Cet X; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 215.

melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti, tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan.

Lain halnya dengan di negara-negara berkembang, seperti Indonesia, pemahaman tentang bank di negeri ini baru sepotong-potong. Sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat meminjam dan menyimpan uang belaka. Bahkan terkadang sebagian masyarakat sama sekali belum memahami bank secara utuh, sehingga pandangan tentang bank sering diartikan secara keliru. Selebihnya banyak masyarakat yang tidak paham sama sekali tentang dunia perbankan. Semua ini tentu dapat dipahami karena pengenalan dunia perbankan secara utuh terhadap masyarakat sangatlah minim, sehingga tidak mengherankan keruntuhan dunia perbankan pun tidak terlepas dari kurang pahamnya pengelola perbankan di tanah air dalam memahami dunia perbankan secara utuh.

Wajar jika sebagian masyarakat kita tidak mengenal bank, padahal setiap hari sebenarnya mereka sudah berhubungan dengan produk bank. Ketidaktahuan masyarakat tentang bank secara utuh diakibatkan karena kurangnya informasi dan pengetahuan yang diberikan oleh berbagai pihak kepada berbagai lapisan masyarakat, baik yang hidup di kota maupun di pelosok pedesaan. Bahkan di era informasi yang berkembang demikian cepat dewasa ini yang seharusnya pengetahuan masyarakat tentang bank semakin bertambah, belum juga banyak tersentuh.

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, Jika hendak menjalani aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.²

Perbankan merupakan perusahaan pengadopsi terbesar teknologi informasi, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal seperti ERP dan SAP, maupun untuk kepentingan nasabah seperti jaringan cabang online, ATM, dan mobile banking. Dalam mobile banking menyebabkan situasi yang unik sehingga kepercayaan dari konsumen adalah yang terpenting bagi bank.³ Dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai tatacara transaksi yang dilakukan tidak tunai yaitu keterangan dalam Q.S Al-Baqarah ayat (2) 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Terjemahnya:

*“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”.*⁴

²Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, ed.1 (Cet.III ; Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004), 1-2.

³Mahmudatus Sa'diyah, Nur Aziroh, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus”, *Jurnal* Vol. 1, No.1, 2013, 119-120.

⁴Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, CV. Cahaya Kreativa Utama, 2018), 48.

Pengetahuan nasabah merupakan segala sesuatu yang ada dalam pikiran seseorang setelah dilakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan atau informasi pada perbankan bisa didapat dari orang lain, seperti dari karyawan bank, teman, keluarga, media cetak dan media elektronik. Pengetahuan dapat juga berupa kelemahan maupun kelebihan produk, pelayanan, fasilitas dan sejenisnya yang dapat menjelaskan tentang perbankan. Pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.⁵

kepercayaan nasabah merupakan keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, serta memberikan manfaat pada penggunaannya.⁶ Jika suatu kepercayaan dapat terjadi di antara kedua pihak yang bersangkutan, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini nasabah. Jika seorang konsumen dapat percaya dan yakin akan suatu kinerja sebuah sistem bank, maka konsumen

⁵Novia Patminingsih, “*Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo*”, Skripsi yang tidak diterbitkan, (Ponorogo: Institut Agama Islam Ponorogo, 2018), <http://etheses.iainponorogo.ac.id> di akses tanggal 02 Oktober 2019 pukul 15: 55, 2-3.

⁶Isti Hanum Pratiwi, “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kualitas Layanan Website dan Risiko Terhadap Adopsi Internet Banking CIMB Niaga di Surabaya*”, Skripsi yang tidak diterbitkan, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2017), <http://eprints.perbanas.ac.id> di akses tanggal 25 Oktober 2019 pukul 14.29, 3.

akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya.⁷

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan mobile banking dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Kemudahan penggunaan mobile banking memiliki makna bahwa layanan mobile banking oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking*.⁸ Dengan adanya mobile banking ini, nasabah tidak perlu lagi ke bank untuk mengantri, nasabah hanya perlu menggunakan aplikasi yang disediakan oleh pihak bank.

Menurut Suryabrata dalam Annisa Fitri Iriani minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek.⁹ Hal ini merupakan faktor yang sangat penting dalam menilai minat dari nasabah. Demikian itu, diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah agar lebih meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Saat ini perkembangan mobile banking di Indonesia sedemikian cepat karena layanan *m-banking* mampu memberikan keleluasan dan kepraktisan/kemudahan

⁷Brian Dwi Saputro, Sukirno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”, Jurnal Nominal Vol. II, No. 1, 2013, 39.

⁸Syamsul Hadi, Novi, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking”, Jurnal Nominal Vol 5, No.1, 2015, 57.

⁹Annisa Fitri Iriani, “Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 2, No. 2, 2018, 101.

transaksi keuangan dalam hal cek saldo, pembayaran tagihan, transfer uang, maupun layanan keuangan lainnya dalam satu “sentuhan jari”.¹⁰ Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi dimana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi dinilai cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Maka mobile banking terlihat lebih sukses perkembangannya di Indonesia.¹¹

Salah satu bank di Indonesia yang telah menawarkan layanan Mobile banking untuk dapat memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi sehari-hari, adalah Bank Muamalat Cabang Palu.

Bank Muamalat di provinsi Sulawesi Tengah pertama kali dibuka di kota Palu pada November 2004. Kehadiran bank Muamalat cabang Palu mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat Sulawesi Tengah. Internet banking yang disediakan oleh bank muamalat dilakukan melalui situs bank, sehingga nasabah memerlukan perangkat gadget atau desktop untuk mengakses layanan ini. Muamalat Mobile Banking menawarkan kemudahan transaksi kepada nasabah. Para pengguna dapat melakukan transaksi keuangan selama 24 jam. Muamalat

¹⁰Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, Ane Kurniawati, “Analisa Pengaruh Mobile Banking terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”, Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol. 4, No. 2, 2018, 97.

¹¹Syamsul Hadi, Novi, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*”, Jurnal Nominal Vol 5, No.1, 2015, 55-56.

mobile banking memberikan fasilitas-fasilitas berupa transfer, pembelian dan pembayaran. Selain itu, Muamalat Mobile banking menjamin keamanan bertransaksi kepada pengguna karena, Muamalat Mobile Banking membutuhkan kode unik saat hendak melakukan transaksi keuangan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada bank Muamalat cabang Palu. Penelitian ini terdapat tiga variabel yang dapat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi secara online, yaitu pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan minat nasabah pada jasa perbankan dan pemahaman nasabah dalam menggunakan fasilitas Mobile Banking khususnya pada bank Muamalat cabang Palu, maka sangat penting bagi saya untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online pada Bank Muamalat Cabang Palu”**.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, permasalahan yang dihadapi dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan tentang Mobile banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
2. Apakah Kepercayaan tentang Mobile banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?

3. Apakah Kemudahan Penggunaan Mobile banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
4. Apakah Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile banking Muamalat DIN secara simultan signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di bank Muamalat Cabang Palu?

C. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penulis ini adalah, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah Pengetahuan tentang Mobile banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
 - b. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan tentang Mobile banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
 - c. Untuk mengetahui apakah Kemudahan Penggunaan Mobile banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
5. Untuk mengetahui apakah Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile banking Muamalat DIN secara simultan signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di bank Muamalat Cabang Palu?

2. Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. *Manfaat Teoritis*

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan terhadap minat bertransaksi secara online dalam menggunakan Mobile banking pada bank Muamalat cabang Palu.

b. *Manfaat Praktik*

1) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perusahaan perbankan khususnya pada bank Muamalat untuk dapat mengembangkan inovasi baru dari sistem internet banking yang lebih nyaman, aman dan memiliki fitur yang menarik agar nasabah selalu menggunakan fasilitas layanan Mobile banking.

2) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui apa saja variabel-variabel dalam individu yang dapat memberikan pengaruh dalam penggunaan internet, khususnya Mobile banking. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

3) Bagi Penulis

Selain sebagai bahan masukan juga merupakan pengalaman yang dapat menambah pengetahuan penulis khususnya mengenai dunia perbankan.

D. Penegasan Istilah

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan sebagai aktivitas mengetahui, yaitu tersingkapkan suatu kenyataan ke dalam jiwa sehingga tidak ada keraguan terhadapnya. Menurut al-Ghazali dalam Suryani, jiwa yang tidak ragu terhadap apa yang diketahui menjadi syarat mutlak diterimanya pengetahuan. indikator pengetahuan nasabah adalah memahami (*comprehension*), aplikasi (*aplication*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*).

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah adanya keyakinan pada diri seseorang terhadap obyek. Kepercayaan merupakan salah satu bentuk persepsi yang telah berbentuk sebuah keyakinan terhadap obyek. Keyakinan tersebut dapat berbentuk, keyakinan positif atau negatif terhadap obyek. Sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur kepercayaan adalah orientasi teknologi, reputasi dan resiko.

3. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental. Indikator kemudahan penggunaan yaitu interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, sistem mudah digunakan, dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu kerjakan.

4. Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik bank.

5. Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Terdapat beberapa indikator-indikator yang mempengaruhi minat bertransaksi ulang secara online yaitu, keinginan untuk menggunakan teknologi, dukungan terhadap teknologi yang digunakan, dan perhatian terhadap pengembangan teknologi.

E. Garis-garis Besar Isi

Untuk mempermudah pemahaman bagi pembaca, maka penelitian ini disusun dalam tiap-tiap bab untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Beberapa bab yang secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I pendahuluan adalah penulis akan menjelaskan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta garis-garis besar isi.

Bab II adalah Kajian Pustaka yang berisikan tentang tinjauan pustaka yakni: penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III adalah Metode Penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV adalah bab yang menguraikan gambaran umum baik subjek maupun objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online Pada Bank Muamalat Cabang Palu.

Bab V adalah Kesimpulan dan Saran dari penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya yang diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Pada pembahasan mengenai penelitian ini, disajikan secara ringkas beberapa penelitian sebelumnya tentang pengetahuan, kemudahan, dan kepercayaan penggunaan internet banking. Adapun penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Ringkasan Hasil Penelitian
Mario Ledesman	Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking (Studi pada BSM cabang Bandar Jaya). ¹² Hasil penelitian: Variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bandar Jaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 32,161 (> F tabel 2,73) pada taraf signifikan 0,05.

¹²Mario Ledesman, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*, (Studi pada BSM cabang Bandar Jaya), Skripsi yang tidak diterbitkan, (Lampung:Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), <http://repository.radenintan.ac.id> di akses tanggal 25 Juni 2020 pukul 15:40, 1.

	<p>Persamaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen (Kemudahan penggunaan dan Kepercayaan) - Regresi Linear berganda - Teknik analisis data <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi Penelitian - Variabel Independen, dimana peneliti ini menggunakan variabel bebas persepsi manfaat yang berbeda dengan penulis menggunakan kemudahan penggunaan dan kepercayaan sebagai variabel bebas. - Variabel Dependen, dimana peneliti ini menggunakan variabel terikat penggunaan mobile banking yang berbeda dengan penulis menggunakan minat bertransaksi secara online sebagai variabel terikatnya.
Azizah Khoirun Nisa	<p>“Pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan e banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online dalam perspektif Islam (Studi kasus pada nasabah bank BNI Syariah KC Tanjungkarang).”¹³</p> <p>Hasil penelitian: Variabel pengetahuan kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi ulang secara online di bank BNI Syariah KC Tanjungkarang. Hal ini dibuktikan pada nilai F Hitung sebesar 8,105 (>F tabel 2,64) dengan taraf signifikan 0,000.</p> <p>Persamaan:</p>

¹³Azizah Khoirun Nisa, “Pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan e banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online dalam perspektif Islam, (Studi kasus pada nasabah bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)”, Skripsi yang tidak diterbitkan (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018) <http://repository.radenintan.ac.id> di akses pada tanggal 22 juli 2020, Pukul 13:21, 1.

	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen (Pengaruh Pengetahuan, kepercayaan, Kemudahan Penggunaan) - Analisis Regresi berganda - Teknik Analisis Data <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi Penelitian - Variabel Dependen, dimana peneliti ini menggunakan variabel terikat minat bertransaksi ulang secara online dalam perspektif Islam yang berbeda dengan penulis menggunakan minat nasabah bertransaksi secara online sebagai variabel terikat.
Aldhisa Amanda Sebayang	<p>Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan <i>electronic word of mouth</i> terhadap penggunaan layanan mobile banking (Studi pada pengguna layanan mobile banking bank mandiri di kota bandar lampung).¹⁴</p> <p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil uji hipotesis secara simultan (uji f) dari keempat variabel bebas dengan F sebesar 14,875 yang berada didaerah tolak Ho. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan <i>electronic word of mouth</i> terhadap penggunaan layanan mobile banking pada bank mandiri di kota bandar lampung.</p> <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Independen (Pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan)

¹⁴Aldhisa Amanda Sebayang, “Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung)”, Skripsi yang tidak diterbitkan, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2017), <http://digilib.unila.ac.id> di akses tanggal 01 November 2019 pukul 15.25, 1.

	<ul style="list-style-type: none"> - Analisis regresi berganda - Teknik Analisa Data <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi penelitian - Variabel Independen, dimana peneliti ini menggunakan variabel bebas menggunakan risiko dan <i>electronic word of mouth</i> yang berbeda dengan penulis pengetahuan. Variabel Dependen, dimana peneliti ini menggunakan variabel terikat penggunaan layanan mobile banking yang berbeda dengan penulis menggunakan minat bertransaksi secara online sebagai variabel terikatnya.
--	---

B. Kajian Teori

1. Pengetahuan

a. Landasan pengetahuan dalam Islam

Kata Ilmu berasal dari bahasa Arab ‘ilm (‘alima-ya’lamu’ilm), yang berarti pengetahuan (al-ma’rifah), kemudian berkembang menjadi pengetahuan tentang hakikat sesuatu yang dipahami secara mendalam. Dari asal kata ‘ilm ini selanjutnya di Indonesiakan menjadi ‘ilmu’ atau ‘ilmu pengetahuan.’ Dalam perspektif Islam, ilmu merupakan pengetahuan mendalam hasil usaha yang sungguh-sungguh (ijtihad) dari para ilmuwan muslim (ulama/ mujtahid) atas persoalan-persoalan duniawi dan ukhrawi dengan bersumber kepada wahyu Allah. Selain kata ilmu, dalam Al-Qur’an juga banyak disebut ayat-ayat yang secara langsung atau tidak,

seperti perintah untuk berpikir, merenung, dan pengembangan ilmu.¹⁵ Salah satunya yaitu dalam Q.S Al-mujadalah ayat (58) 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ
انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Terjemahnya:

*Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.*¹⁶

Epistemologi Islam mengemukakan bahwa pengetahuan ilmiah adalah segala sesuatu yang bersumber dari alam fisik dan non-fisik. Dengan demikian menjadi jelas bahwa sumber pengetahuan dalam Islam adalah alam fisik yang bisa diindra dan alam metafisik yang tidak bisa diindra seperti Tuhan, malaikat, alam kubur, alam akhirat. Lain halnya dengan Epistemologi Barat yang hanya mengakui alam fisik sebagai sumber ilmu pengetahuan. Dengan demikian, sesuatu yang bersifat non-indrawi, non-fisik, dan metafisik tidak termasuk ke dalam obyek yang dapat diketahui secara ilmiah. Jika ilmu pengetahuan dalam Islam bisa dicapai melalui tiga sumber/ alat: indra, akal budi, dan hati, maka dalam epistemologi Barat, pengetahuan ilmiah hanya bisa diraih melalui indra dan akal.¹⁷

b. Pengertian pengetahuan secara umum

¹⁵Muhammad Kosim, “*Ilmu Pengetahuan dalam Islam (Perspektif Filosofis-Historis)*” Jurnal Tadris, Vol 3, No. 2, 2008, 122.

¹⁶Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, CV. Cahaya Kreativa Utama, 2018), 543.

¹⁷Muhammad Kosim, “*Ilmu Pengetahuan dalam Islam (Perspektif Filosofis-Historis)*” Jurnal Tadris, Vol 3, No. 2, 2008, 126.

Menurut Lorens Bagus dalam Suryani, pengetahuan sendiri dalam bahasa Indonesia memiliki asal kata “tahu”. Secara umum, pengertian kata “tahu” ini menandakan adanya pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman dan pemahaman tertentu yang dimiliki oleh seseorang.

Al-Ghazali dalam Suryani memberi pengertian pengetahuan sebagai aktivitas mengetahui, yaitu tersingkapkan suatu kenyataan ke dalam jiwa sehingga tidak ada keraguan terhadapnya. Jiwa yang tidak ragu terhadap apa yang diketahui menjadi syarat mutlak diterimanya pengetahuan.

Sonny Keraf dan Michael Dua dalam Suryani, menjelaskan tiga jenis pengetahuan menurut Polanyi meliputi: (a) tahu bahwa; (b) tahu bagaimana; dan (c) tahu akan/ mengenai. “Pengetahuan bahwa” adalah pengetahuan tentang informasi tertentu, tahu bahwa sesuatu terjadi, tahu bahwa ini dan itu memang demikian adanya, bahwa apa yang dikatakan memang benar. “Tahu bagaimana” menyangkut bagaimana melakukan sesuatu. Ini dikenal dengan *know-how*. Ketiga yaitu “tahu akan/ mengenai”, yaitu sesuatu yang sangat spesifik menyangkut pengetahuan akan sesuatu dan seseorang melalui pengalaman atau pengenalan pribadi.¹⁸

Menurut Notoatmodjo dalam Sri Bulkia, indikator pengetahuan nasabah adalah memahami (*comprehension*), aplikasi (*aplication*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*).¹⁹

¹⁸Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, edisi pertama (Cet 1 : Kencana, 2015), hlm. 2-3.

¹⁹Sri Bulkia, Ana Sofia Herawati, Nurul Hasanah, “Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Penggunaan Internet Banking Banjarmasin”, *Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 3 No. 2 2019, 93.

1) Memahami (*comprehension*)

Memahami suatu objek bukan sekadar tahu terhadap objek tersebut, tidak sekadar dapat menyebutkan, tetapi orang tersebut harus dapat menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahui tersebut.

2) Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.

3) Analisa (*analysis*)

Analisis adalah kemampuan seseorang untuk menjabarkan dan/atau memisahkan, kemudian mencari hubungan antara komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek yang diketahui.

4) Sintesis (*syntesis*)

Sintesis menunjukkan kemampuan seseorang untuk merangkum atau meletakkan dalam suatu hubungan yang logis dari komponen-komponen pengetahuan yang dimiliki.

5) Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek tertentu.²⁰

c. *Pengetahuan produk*

Menurut Surya dalam Ichwan Sukarno, pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan produk juga terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk, dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka konsumen akan menentukan dimana konsumen membeli produk tersebut dan kapan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.

Peter dan Olson dalam Ichwan Sukarno membagi tiga jenis pengetahuan produk yaitu : Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen atau pelanggan.

²⁰Laili Jamilatus Sanifah, “*Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Sikap Keluarga tentang Perawatan Activites Daily Living (ADL) pada Lansia*”, Skripsi yang tidak diterbitkan (Jombang: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Insan Cendekia Media Jombang, 2018), <http://scholar.google.co.id/>, di akses tanggal 01 November 2019 pukul 15:16, 7-8.

1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau atribut produk tersebut. Seseorang konsumen mungkin memiliki kemampuan yang berbeda dengan seseorang konsumen lain dalam menyebutkan karakteristik atau atribut dari produk-produk tersebut. Hal ini disebabkan konsumen memiliki pengetahuan yang berbeda-beda mengenai produk, dan disinilah para penjual mampu mengkonfirmasi kepada konsumen tentang pengetahuan produk yang akan dibeli. Pengetahuan yang lebih banyak mengenai produk memudahkan konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya. Strategi pemasaran terutama dalam konfirmasi terhadap konsumen sering diarahkan untuk menyampaikan informasi mengenai atribut-atribut baru yang dimiliki oleh suatu produk, dengan harapan bahwa atribut tersebut memberikan nilai tambah produk di mata konsumen untuk mau lebih cepat membeli produk.

2) Pengetahuan tentang manfaat produk

Konsumen mengkonsumsi sayuran dan buah-buahan atau menggunakan suatu alat elektronik karena mengetahui manfaat produk tersebut. Manfaat yang dirasakan konsumen setelah mengkonsumsi sayuran dan buah-buahan adalah memperlancar buang air besar atau manfaat setelah menggunakan elektronik dapat memperoleh banyak informasi, inilah yang disebut sebagai pengetahuan tentang manfaat produk. Jadi pengetahuan tentang manfaat produk sangat penting bagi konsumen karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembelinya.

3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen

Untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen adalah jika produk telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Ini akan membuat konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut karena itu produsen sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.²¹

Berdasarkan penelitian Jurnal Bian dan Luiz dalam Maya Atika Syukri, pengetahuan produk memiliki tiga dimensi, yaitu:

- a) Pengetahuan subjektif: merupakan tingkat pengertian konsumen terhadap suatu produk, sering disebut menilai pengetahuan sendiri.
- b) Pengetahuan objektif: merupakan tingkat dan jenis pengetahuan produk yang tersimpan dalam memori konsumen, disebut juga pengetahuan aktual.
- c) Pengetahuan berdasarkan pengalaman: merupakan pengalaman sebelumnya dari pembelian atau penggunaan produk.²²

²¹Ichwan Sukarno, "*Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia*" Skripsi yang tidak diterbitkan, (Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2015), <http://202.91.10.51:8080/xmlui/bitstream/handle/> di akses tanggal 10 Oktober 2019 pukul 21.18, 8-12.

²²Maya Atika Syukri, "*Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Produk, dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli (Studi pada Pembelian Kuota Internet Telkomsel di Bandar Lampung)*" Skripsi yang tidak diterbitkan (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2019), <http://digilib.unila.ac.id> di akses tanggal 19 Oktober 2019 pukul 14.53, 15.

d. *Pengetahuan nasabah tentang mobile banking .*

Menurut Sathye dalam Melitina Tecualu, penggunaan layanan mobile banking merupakan pengalaman baru bagi banyak nasabah dan rendahnya pengetahuan nasabah mengenai mobile banking merupakan faktor yang menyebabkan nasabah tidak mau menggunakan layanan ini. Howcroft et al dalam Melitina Tecualu juga mengatakan bahwa kurang pengetahuan nasabah mengenai layanan dan manfaat dari mobile banking merupakan penyebab nasabah menolak untuk menggunakan layanan mobile banking yang ditawarkan oleh bank.²³

2. Kepercayaan Nasabah Terhadap Mobile Banking

Kepercayaan dalam konsep Islam telah disebutkan dalam firman Allah yang terdapat dalam Q.S An-Nisa' Ayat (4) 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil, sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.²⁴

²³Melitina Tecualu, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Vol. 11, No.1, 2011, 202.

²⁴Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, CV. Cahaya Kreativa Utama, 2018), 87.

Ayat ini bersifat umum, sehingga amanah itu ada dalam setiap hal. Dalam hal wudhu, shalat, zakat, jannah, puasa, timbangan, takaran, dan titipan. Secara Islam, amanah diartikan sebagai kepercayaan. Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama dalam segala bentuk bisnis baik dalam lingkungan online maupun offline. Di dunia offline, kepercayaan dibangun dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses ijab qabul, ada materai, ada perjanjian dan lain sebagainya. Demikian pula dalam dunia online, harmonisasi antara ketiga aspek di atas dipadukan dengan mekanisme-mekanisme pembangunan kepercayaan secara total dalam proses keseluruhan.²⁵

Fischer dalam Andri Daisy Rahmad dkk, Secara umum, kepercayaan adalah adanya keyakinan pada diri seseorang terhadap obyek. Kepercayaan merupakan salah satu bentuk persepsi yang telah berbentuk sebuah keyakinan terhadap obyek. Keyakinan tersebut dapat berbentuk, keyakinan positif atau negatif terhadap obyek. Menurut Oleysker dalam Andri Daisy Rahmad dkk kepercayaan menggambarkan pengakuan akan kiat dan integritas kedua belah pihak yang melakukan transaksi, apabila diabaikan merupakan suatu faktor yang memperlambat pertumbuhan perdagangan. Kepercayaan juga didasarkan pada reputasi organisasi.²⁶

²⁵Khilmiatun Nisa'i "*Kepercayaan Konsumen dan Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen pada Pembelian Produk Syar'i Secara Online (Studi Kasus pada All Collection Shop Sedati Sidoarjo)*", Skripsi yang tidak diterbitkan, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2016), <http://digilib.uinsby.ac.id> di akses tanggal 12 Oktober 2019 pukul 1.45, 31-32.

²⁶Andri Daisy Rahmad, Endang Siti Astuti, Riyadi, "*Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)*", Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 43, No.1, 2017, 38.

Menurut Ba dan Pavlou dalam Dwika Lodia Putri, mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.²⁷

Untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat bertahan hidup dalam era e-banking pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap eksekusi jasa online. Konsep kepercayaan ini berarti bahwa nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti bahwa pengguna sistem informasi itu aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil, dan risiko pencurian (*hacking*) rendah. Sedangkan kerahasiaan berarti bahwa segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak pada pihak ketiga yang dapat mengetahuinya.

²⁷Dwika Lodia Putri, Souvya Fithrie, *Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)*, Jurnal Ikraith Ekonomika Vol. 2, No. 2, 2019, 24.

Menurut Mukherje dan Nath dalam Sri Maharsi, kepercayaan dapat diukur melalui orientasi teknologi, reputasi dan resiko. Sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur kepercayaan adalah orientasi teknologi, reputasi dan resiko.²⁸

a. Orientasi Teknologi

Besarnya kepercayaan konsumen terhadap sistem elektronik berkaitan dengan besarnya kepercayaan mereka terhadap online banking. Ketika konsumen memperkirakan faktor kepercayaan, beberapa persoalan muncul dalam pikiran mereka dan salah satu persoalan tersebut adalah kesesuaian kemampuan dari sistem elektronik tersebut dengan harapan konsumen. Konsumen menggunakan beberapa ukuran seperti kecepatan akses, apakah jaringannya dapat dipercaya, sistem navigasi untuk mengevaluasi transaksi-transaksi elektronik. Mukherjee dan Nath dalam Sri Muharsi, orientasi konsumen terhadap teknologi dari komunikasi elektronik dan internet seringkali mewakili kepercayaan mereka dalam internet banking, sehingga orientasi teknologi merupakan indikator dari kepercayaan.

b. Reputasi

Ketika konsumen memproses informasi dalam online banking mereka akan mempertimbangkan reputasi bank tersebut dimana reputasi adalah faktor yang sangat penting dari kepercayaan. Ketika konsumen merasa suatu online bank memiliki reputasi yang jelek, mereka akan malas menggunakan website bank tersebut. Reputasi dapat digunakan untuk mengukur kepercayaan.

²⁸Sri Maharsi, dan Fenny, *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol. 8, No. 1, 2006, 37.

c. *Resiko*

Besarnya persepsi konsumen mengenai resiko mempengaruhi besarnya kepercayaan mereka terhadap online bank dan sistem dari online bank tersebut sehingga ketika memproses informasi online, konsumen sering menganggap bahwa ada resiko yang tinggi walaupun resiko tersebut sebenarnya rendah. Konsumen online yang lebih berpengalaman mempunyai lebih banyak informasi mengenai online banking sehingga mereka beranggapan risikonya rendah dan karena itu mereka mempunyai kepercayaan yang lebih dalam transaksi online. Dari penjelasan tersebut bahwa dapat disimpulkan bahwa resiko dapat digunakan untuk mengukur kepercayaan.

3. Kemudahan Penggunaan Mobile Banking

Agama Islam selalu memberikan keringanan bagi setiap muslim. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah Ayat (2) 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemahnya:

“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur”.²⁹

Allah yang telah menciptakan manusia dan Allah pula lah yang paling mengetahui apa yang terbaik bagi hamba-Nya. Allah menciptakan manusia dengan sifat lemah dan rentan.

²⁹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, CV. Cahaya Kreativa Utama, 2018), 28.

Secara umum, menurut Gardner dan Amoroso dalam Imam Sugih Rahayu, kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental. Kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.³⁰

Davis dalam Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho kemudahan penggunaan merupakan tindakan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.³¹

³⁰Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. V, No.2, 2015, 141.

³¹Irmadhani, Mahendra Adhi Nugroho, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Jurnal Kajian pendidikan dan akuntansi indonesia*, Vol. 1, No.3, 2012, 7-8

Kemudahan penggunaan mobile banking memiliki makna bahwa layanan mobile banking oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking*.³²

Menurut Venkatesh dan Davis dalam Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho membagi indikator kemudahan penggunaan menjadi berikut: a) interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti b) tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut c) sistem mudah digunakan d) mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu kerjakan.³³

4. Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui *website* milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatanagi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, tablet, atau smarphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.

a. Fitur

³² Syamsul Hadi, Novi, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*”, Jurnal Nominal Vol 5, No.1, 2015, 57.

³³Irmadhani, Mahendra Adhi Nugroho, “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”, Jurnal Kajian pendidikan dan akuntansi indonesia, Vol. 1, No.3, 2012, 8.

Fitur layanan mobile banking antara lain informasi umum rekening tabungan/giro, rekening deposito, kartu kredit, informasi mutasi rekening, transfer dana, baik transfer antar rekening maupun antar bank, pembelian pulsa, pembelian tiket, penempatan deposito, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs, dan pembayaran, misalnya pembayaran telepon, internet, kabel TV, asuransi, listrik dan berbagai jenis pembayaran lainnya.

b. Cara kerja

Untuk menggunakan mobile banking, nasabah harus memiliki user id, *password*, media token atau *one time password* (OTP), dan jaringan internet. User id, *password* dan media token dapat diperoleh dengan mendaftarkan diri ke bank. Saat menggunakan mobile banking, nasabah harus memastikan *website* yang diakses adalah *website* mobile banking milik bank, kemudian nasabah akan diminta untuk memasukkan user id dan *password* pada halaman muka atau *login*. Pada saat melakukan transaksi finansial, nasabah akan diminta untuk memasukkan sandi OTP yang diperoleh dari media token atau sms. Bank mengirimkan notifikasi melalui e-mail sebagai bukti bahwa transaksi telah berhasil. Notifikasi e-mail ini juga sebagai pengendalian agar nasabah mengetahui jika akun mobile banking-nya digunakan oleh orang lain.³⁴

5. Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

a. Pandangan islam tentang minat

³⁴Nelson Tampubolon, Irwan Lubis, Agus E. Siregar, *Bijak Ber-Elektronik Banking*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2015), 10-11.

Hurlock dalam Irsan Kahar, berpendapat bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Selanjutnya, semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan semakin kuatlah ia. Sebaliknya, minat akan padam bila tidak disalurkan. Hal ini dapat disimpulkan dengan kata lain minat merupakan proses intrinsik yang mengikat pada pilihan dan perubahan pada individu.³⁵ Dalam Q.S Ar-Ra'ad ayat (13) 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا
بِأَنفُسِهِمْ ۗ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”³⁶

Al-Qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang.

b. Pengertian minat secara umum

Menurut Tidjan dalam Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan perhatian terhadap suatu obyek

³⁵Irsan Kahar, “Pengaruh Motivasi Dan Minat Belajar Siswa Kelas X Terhadap Hasil Belajar Servis Atas Bola Voli SMA Negeri 18 Luwu”, Jurnal Jasmani dan Olahraga, (Makassar: 2018), 8.

³⁶Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, CV. Cahaya Kreativa Utama, 2018), 250.

sebab ada perasaan senang. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) minat merupakan perhatian, kesukaan, kesenangan, ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu. Minat dapat direalisasikan dengan cara mengarahkan potensi rasio menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu. Tanggapan tersebut bisa berupa reaksi internal atau eksternal. Menurut Najib dalam Mislah Hayati Nasution dan Sutisna minat akan muncul jika kita memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau objek yang dapat dijangkau indera maupun yang terlahir dari pikiran-pikiran individual.³⁷

Adapun terdapat beberapa indikator-indikator yang mempengaruhi minat bertransaksi ulang secara online, yaitu sebagai berikut:

- 1) Keinginan untuk menggunakan teknologi.
- 2) Dukungan terhadap teknologi yang digunakan.
- 3) Perhatian terhadap pengembangan teknologi.³⁸

c. Unsur-unsur minat

Minat mengandung tiga unsur, yaitu:

- 1) Unsur kognisi (menenal) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut.
- 2) Unsur emosi (perasaan) karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang)

³⁷Mislah Hayati Nasution, Sutisna, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*”, Jurnal Nisbah, Vol 1, No.1, 2015, 64-65.

³⁸Brian Dwi Saputro, Sukirno, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*”, Jurnal Nominal Vol. II, No. 1, 2013, 41.

- 3) Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.³⁹

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

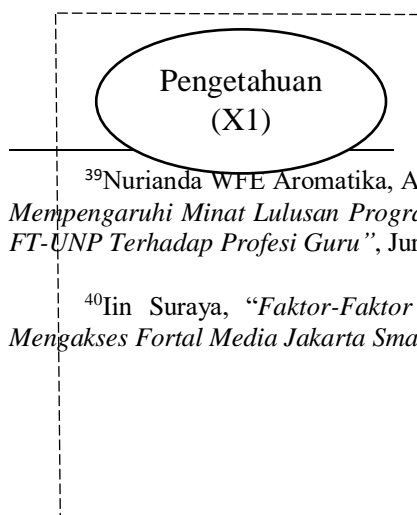
faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang antara lain:

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam, timbul minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- 3) Faktor emosional, atau perasaan. Faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.⁴⁰

C. Kerangka Pemikiran

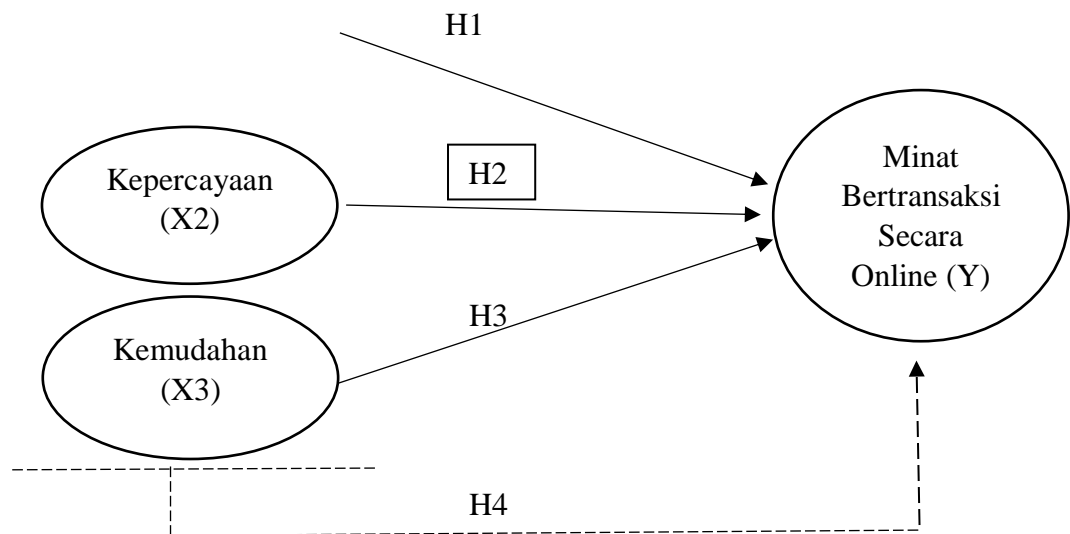
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka berpikir



³⁹Nurianda WFE Aromatika, An Arizal, Totoh Andayono, Azwar Inra, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Lulusan Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Jurusan Teknik Sipil FT-UNP Terhadap Profesi Guru”, Jurnal, Vol. 5, No.2, 2018, 2236.

⁴⁰Iin Suraya, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City”, Jurnal Komunikasi, Vol. VI, No. 1, 2015, 12.



Keterangan:

—————▶ : Pengaruh secara parsial

- - - - -▶ : Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

6. Ho: Pengetahuan tentang Mobile Banking Muamalat DIN tidak signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
H1: Pengetahuan tentang Mobile Banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?
7. Ho: Kepercayaan tentang Mobile Banking Muamalat DIN tidak signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu?

H2: Kepercayaan tentang Mobile Banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu.

8. Ho: Kemudahan Penggunaan tentang Mobile Banking Muamalat DIN tidak signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu.

H3: Kemudahan Penggunaan tentang Mobile Banking signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu.

9. Ho: Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan tentang Mobile banking Muamalat DIN secara simultan tidak signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di bank Muamalat Cabang Palu.

H4: Pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan tentang Mobile banking Muamalat DIN secara simultan signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di bank Muamalat Cabang Palu.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian didefinisikan sebagai satu proses penyelidikan atas suatu masalah dengan menggunakan metode ilmiah untuk menemukan solusi atas masalah atau jawaban pertanyaan penelitian dan menambah pengetahuan baru yang dapat diaplikasikan.⁴¹

A. *Desain dan Pendekatan Penelitian*

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif melibatkan informasi atau data dalam bentuk angka. Hal ini memungkinkan kita untuk mengukur berbagai macam hal.⁴²

B. *Lokasi Penelitian*

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat yang beralamatkan di jalan Professor Mohammad Yamin, Lolu Utara, Kecamatan Palu Timur, Kota Palu, Sulawesi Tengah.

C. *Populasi dan Sampel Penelitian*

1. *Populasi*

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank muamalat cabang palu yang berada di jalan Professor Mohammad Yamin, Lolu Utara, Kecamatan Palu Timur. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, dikarenakan pihak bank tidak

⁴¹Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, edisi revisi, (Cet. IV: Bandung: Refika Aditama, 2015), 3.

⁴²Widodo Budiharto, *Metode Penelitian Ilmu Komputer* (Cet I: Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), 30.

memberikan informasi mengenai jumlah nasabah yang menggunakan mobile banking yang akan dijadikan penulis sebagai sampel dalam penelitian ini.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. *sampling* adalah cara atau teknik yang dipergunakan untuk mengambil sampel.⁴³

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel dimana hanya individu yang kebetulan dijumpai saja dipilih. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teori *Hair et al* yakni rasio antara jumlah variabel independen dalam analisis multivariat dianjurkan sekitar 15 sampai 20 subjek per variabel independen. Pada penelitian ini jumlah variabel bebas (independen) ada 3 sehingga jumlah sampel minimum adalah $3 \times 20 = 60$. Jadi dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 60 sampel responden.

D. Sumber Data dan Variabel Penelitian

1. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴³Nanang Martono, *Metode Peneleitian Kuantitatif*, edisi revisi 2, (Cet IV : Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 74-75

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini di peroleh dari hasil observasi langsung dan wawancara yang sumbernya dari responden bank Muamalat Cabang Palu. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan mobile banking terhadap minat bertransaksi secara online pada bank Muamalat Cabang Palu.

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari media pendidikan berupa buku yang berkenaan dengan tema penelitian serta sumber lain berupa hasil survey lapangan di bank Muamalat Cabang Palu. Data sekunder digunakan untuk mendapatkan data-data yang valid tentang pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan mobile banking terhadap minat bertransaksi secara online pada bank Muamalat Cabang Palu.

2. Variabel penelitian

Variabel penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata. Hubungan nyata ini lazim dibaca dan dipaparkan dengan bersandar kepada variabel. Variabel merupakan pengelompokan secara logis dari dua atau lebih atribut dari objek yang diteliti.⁴⁴Jenis-jenis variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan, sebagai berikut:

a. Variabel bebas (independence variable)

⁴⁴Juliansyah Noor, “*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*” edisi pertama (Cet.VII ; Jakarta; Kencana Prenadamedia Group, 2012), 47.

Variabel bebas atau independence variable adalah variabel yang nilai-nilainya tidak bergantung pada variabel lainnya, biasanya disimbolkan dengan X. Variabel itu digunakan untuk meramalkan atau menerangkan nilai variabel yang lain.⁴⁵ Adapun variabel dalam penelitian ini, yaitu: Pengetahuan (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan Penggunaan (X3).

b. Variabel terikat (dependent variable)

Menurut Robbins dalam Juliansyah Noor variabel terikat atau dependent variable merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain biasa dinotasikan dengan Y. Variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini yaitu: Minat bertransaksi secara online (Y).⁴⁶

E. Definisi Operasional

Menurut Sumadi Subyabrata dalam Juliansyah Noor definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati. Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya.⁴⁷ Definisi dari masing-masing variabel adalah, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional

⁴⁵Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistika Deskriptif)*, edisi kedua, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 227.

⁴⁶Juliansyah Noor, "*Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*" edisi pertama (Cet. VII ; Jakarta; Kencana Prenadamedia Group, 2012), 49.

⁴⁷Kuntjojo, *Metodologi Penelitian* (Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2009), 24.

1.	Pengetahuan (X1)	<p>pengetahuan adalah pengetahuan sebagai aktivitas mengetahui, yaitu tersingkapkan suatu kenyataan ke dalam jiwa sehingga tidak ada keraguan terhadapnya. Jiwa yang tidak ragu terhadap apa yang diketahui menjadi syarat mutlak diterimanya pengetahuan..⁴⁸</p> <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. memahami (<i>comprehension</i>) 2. aplikasi (<i>aplication</i>) 3. analisis (<i>analysis</i>) 4. sintesis (<i>synthesis</i>) 5. evaluasi (<i>evaluation</i>). <p>(sumber: Suryani, Hendryadi)</p>
2.	Kepercayaan (X2)	<p>kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian..⁴⁹</p> <p>Indikator:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi teknologi 2. Reputasi 3. Resiko <p>(sumber: Dwika Lodia Putri)</p>

⁴⁸Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, edisi pertama (Cet 1 : Kencana, 2015), hlm. 2.

⁴⁹Dwika Lodia Putri, Souvya Fithrie, *Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mnadiri)*, Jurnal Ikraith Ekonomika Vol. 2, No. 2, 2019, 24.

3.	Kemudahan (X3)	kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental ⁵⁰ Indikator: 1. interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti. 2. tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut. 3. sistem mudah digunakan. 4. mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang individu kerjakan (sumber: Imam Sugih Rahayu)
4	Minat (Y)	Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. ⁵¹ Indikator: 1. Keinginan untuk menggunakan teknologi 2. Dukungan terhadap teknologi yang digunakan 3. Perhatian terhadap pengembangan teknologi (Sumber : Irsan Kahar)

⁵⁰Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. V, No.2, 2015, 141.

⁵¹Irsan Kahar, “Pengaruh Motivasi Dan Minat Belajar Siswa Kelas X Terhadap Hasil Belajar Servis Atas Bola Voli SMA Negeri 18 Luwu”, Jurnal Jasmani dan Olahraga, (Makassar: 2018), 8.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang diartikan sebagai alat bantu merupakan saran yang dapat diwujudkan dalam benda, contohnya: angket, daftar cocok, skala, pedoman wawancara, lembar pengamatan atau panduan pengamatan, soal ujian, dan sebagainya.

Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kusioner . Kusioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.⁵² Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel .3.2
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat dan terpercaya, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁵²Riduwan, *Dasar Dasar Statistika*, (Cet. XII: CV Alfabeta, 2014), 51-52.

1. Observasi

yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila objek penelitian bersifat perilaku dan tindakan manusia, fenomena alam (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar), proses kerja, dan penggunaan responden kecil.⁵³

2. Angket

Angket adalah sebuah daftar dalam bentuk pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.⁵⁴ Disini responden yaitu nasabah pengguna Mobile Banking pada Bank Muamalat Cabang Palu.

H. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan Mobile Banking terhadap minat bertransaksi secara online pada Bank Muamalat cabang Palu.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

⁵³Ibid 57.

⁵⁴Ibid 52-53.

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrument dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$.⁵⁵

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Setelah kuesioner dibuat kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka suatu variabel dikatakan reliabel.⁵⁶

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal. Uji normalitas menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Menurut Santoso dalam Duwi Priyatno

⁵⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi V, (Cet. XII: Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 274.

⁵⁶Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, edisi pertama, (Cet. IV: Jakarta: Kencana, 2013), 55.

kriteria pengambilan keputusan Dalam uji kolmogorov-smirnov adalah dalam uji ini apabila nilai sig. < 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal. Namun, jika nilai sig. > 0,005 maka data terdistribusi dengan normal.⁵⁷

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan Vif > 10. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).⁵⁸

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikan t > 0,05 artinya tidak ada heterokedastisitas begitupun sebaliknya jika signifikan t < 0,05 artinya ada heterokedastisitas.⁵⁹

⁵⁷Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, (Cet.I: Yogyakarta: Gaya Media, 2013), 24.

⁵⁸Ibid 59-60.

⁵⁹Ibid 87.

4. Uji Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang di mana variabel terikatnya (Y) dihubungkan/dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.

Penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada walaupun masih saja ada variabel yang terabaikan.⁶⁰

Persamaan regresi berganda dapat berupa sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Minat bertransaksi secara online

B_0 = Konstanta

B = Koefisien regresi tiap variabel independen

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Kemudahan

e = Kesalahan (error)

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

⁶⁰Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistika Deskriptif)*, edisi kedua, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 269.

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.⁶¹ Syarat yang harus diperhatikan dalam menganalisa hasil uji-t adalah sebagai berikut.

- 1) Hipotesis pengaruh pengetahuan Mobile Banking Muamalat DIN terhadap minat nasabah bertransaksi secara online : $H_0 = 0$: Variabel pengaruh pengetahuan Mobile Banking Muamalat DIN secara parsial tidak signifikan berpengaruh terhadap minat bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu. $H_a \neq 0$: Variabel pengaruh pengetahuan penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN secara parsial signifikan berpengaruh terhadap minat bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu.
- 2) Hipotesis pengaruh kepercayaan Mobile Banking Muamalat DIN terhadap minat nasabah bertransaksi secara online : $H_0 = 0$: Variabel pengaruh kepercayaan Mobile Banking Muamalat DIN secara parsial tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu. $H_a \neq 0$: Variabel pengaruh kepercayaan Mobile Banking Muamalat DIN secara parsial signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu
- b. Hipotesis pengaruh kemudahan penggunaan Mobile Banking terhadap minat nasabah bertransaksi secara online : $H_0 = 0$: Variabel pengaruh kemudahan penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN secara parsial tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank

⁶¹Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan SPSS*, (Cet.I: Yogyakarta: Gaya Media, 2013), 50.

Muamalat Cabang Palu $H_a \neq 0$: Variabel pengaruh kemudahan penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN secara parsial signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu.

c. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.⁶² Pengambilan kesimpulan: $H_0 = 0$: Variabel pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN secara simultan tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu. $H_a \neq 0$: Variabel pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN secara simultan signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank Muamalat Cabang Palu.

6. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.⁶³ Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan) terhadap variabel dependen (minat nasabah bertransaksi secara online pada Bank Muamalat).

Rumus R^2 adalah sebagai berikut:

⁶²Ibid 48.

⁶³Ibid 99.

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi Person

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Umum PT. Muamalat Indonesia

Bank muamalat adalah pelopor bank syariah di Indonesia, pertama hadir sebagai solusi perbankan non riba. Diresmikan pada 1 November 1991, atas prakarsa dari MUI, ICMI, Presiden RI ke-2 Bp.H.M. Soeharto dan masyarakat Jawa Barat. Pada saat pendirian di Istana Bogor berhasil mengumpulkan 180 milyar sebagai modal dasar perseroan. Ketangguhan sistem bagi hasil yang dipraktekkan Bank Muamalat membuat Bank ini mampu bertahan di tengah krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998. Dengan melihat rekam jejak BMI yang berhasil melewati krisis dengan baik, maka pada tahun 1998 Pemerintah Republik Indonesia dan DPR RI mengesahkan UU Perbankan Syariah yang menjadikan Bank Syariah sebagai satu sistem yang dianut Indonesia dalam struktur perbankan nasional.

Saat ini aset Bank Muamalat memberikan layanan kepada sekitar 4 juta nasabah melalui 457 kantor layanan dan didukung oleh jaringan di lebih dari 4000 outlet *System Online Payment Point (SOPP)* di PT.Pos Indonesia dan 2000 ATM Muamalat. Di samping itu tergabung dalam jaringan ATM Bersama dan ATM Prima BCA serta kartu ATM Bank Muamalat dapat diakses di lebih dari 170 negara yang tergabung dalam jaringan VISA internasional.

2. Sejarah Bank Muamalat Cabang Palu

Bank Muamalat di provinsi Sulawesi Tengah pertama kali dibuka di kota Palu pada November 2004. Produk SHAR-e kami mendapatkan respon yang sangat baik dari masyarakat Sulawesi Tengah dengan terjualnya produk tersebut hampir di seluruh kabupaten. Saat ini jaringan pelayanan cabang Palu dilengkapi dengan ATM sebanyak 29 unit yang tersebar di area kota Palu, Kab. Sigi, Kab. Donggala, dan Kab. Luwuk. Yang tersebar di pusat-pusat perbelanjaan, SPBU, Bandara, dan berbagai lokasi strategis lainnya. Outlet yang telah berdiri sebanyak 3 outlet yakni ke-1 berada di kota Palu (KCU), ke-2 di Palu Barat (KCP) dan ke-3 di Luwuk (KCP) serta dilengkapi dua unit mobile branch (kantor layanan keliling).

Adapun e-banking yang disediakan oleh bank muamalat dilakukan melalui situs bank, sehingga nasabah memerlukan perangkat gadget atau desktop untuk mengakses layanan ini. Muamalat Mobile Banking menawarkan kemudahan transaksi kepada nasabah. Para pengguna dapat melakukan transaksi keuangan selama 24 jam. Muamalat mobile banking memberikan fasilitas-fasilitas berupa transfer, pembelian dan pembayaran. Selain itu, Muamalat Mobile banking menjamin keamanan bertransaksi kepada pengguna karena, Muamalat Mobile Banking membutuhkan kode unik saat hendak melakukan transaksi keuangan.

a. *Visi dan Misi*

1) Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

2) Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁶⁴

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Kuesioner

Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank muamalat cabang palu. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada nasabah di bank muamalat cabang palu sebagai sampel penelitian. Proses penyebaran kuesioner ini disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian seperti dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kusioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Persentase
60	60 rangkap	60 rangkap	60 rangkap	100%

Sumber: Data Primer, 2020

Pada tabel di atas dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 orang.

⁶⁴Bank Muamalat Indonesia, Jaringan Muamalat, Blog, Bank Muamalat Indonesia, <http://www.bankmuamalat.co.id>, diakses pada tanggal 11 April 2020.

2. Deskripsi Sampel Penelitian

Dari total sampel yang diambil berjumlah 60 orang. Data ini diambil dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank Muamalat cabang Palu. Penarikan sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata maupun tingkatan tertentu. Data sampel dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Perempuan	38	63,33%
Laki-laki	22	36,67%
Jumlah	60	100%

Sumber: Data Primer, 2020

Pada tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa responden atau sampel yang berjumlah 60 orang dalam penelitian ini terbagi atas yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 38 orang (63%) sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 22 orang (36%), sehingga terlihat bahwa sampel penelitian didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Presentasi
20-25	12	20%
26-30	25	41,67%
31-35	10	16,67%

36-40	8	13,33%
>40	5	08,33%
Jumlah	60	100%

Berdasarkan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang terkumpul berdasarkan usianya adalah berusia 20-25 tahun sebanyak 12 responden (20%), usia 26-30 tahun sebanyak 25 responden (41,67%), usia 31-35 tahun sebanyak 10 responden (16,67%), usia 36-40 tahun sebanyak 8 responden (13,33%), dan usia >40 tahun sebanyak 5 responden (08,33%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan mobile banking pada bank Muamalat cabang Palu adalah berusia 26-30 tahun.

Tabel 4.4

Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pegawai Swasta	17	28,33%
Pegawai Negeri	25	41,67%
Ibu Rumah Tangga	8	13,33%
Mahasiswa	5	08,33%
Wiraswasta	5	08,33%
Jumlah	60	100%

Berdasarkan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang terkumpul berdasarkan pekerjaan adalah pegawai swasta sebanyak 17 responden (28,33%), pegawai negeri sebanyak 25 responden (41,67%), ibu rumah tangga sebanyak 8 responden (13,33%), mahasiswa sebanyak 5 responden (08,33%), dan wiraswasta sebanyak 5 responden (08,33%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang melakukan transaksi mobile banking pada bank muamalat cabang Palu adalah pegawai negeri.

3. Uji Validitas

Dalam menggunakan instrumen pada setiap penelitian, maka terlebih dahulu seorang peneliti harus mengetahui apakah instrument yang digunakan valid atau tidak valid, karena sebuah instrumen apabila tidak valid maka data tersebut tidak dapat digunakan. Pada penelitian ini disetiap pernyataannya untuk dilihat apakah valid atau tidaknya, dapat diketahui dari kolom *Corrected Item Total Correction* atau R_{hitung} , dan Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel pada penelitian.⁶⁵ Pada penelitian ini jumlah sampel yang dipakai adalah 60 sampel dan besarnya df dapat dihitung $df=60-2=58$ dan alpha (signifikan) 0,05 didapat r_{tabel} 0, 2542. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Item Total Correlation</i> (R_{hitung})	R Tabel	Taraf Sig. (0,05)	Ket.
Pengetahuan (X1)	1	0,535	0,2542	0,001	Valid
	2	0,594	0,2542	0,000	Valid
	3	0,126	0,2542	0,000	Valid
	4	0,569	0,2542	0,000	Valid
	5	0,535	0,2542	0,000	Valid
Kepercayaan (X2)	1	0,460	0,2542	0,000	Valid
	2	0,563	0,2542	0,000	Valid
	3	0,689	0,2542	0,000	Valid
	4	0,563	0,2542	0,000	Valid
	5	0,234	0,2542	0,000	Valid

⁶⁵Arif Pratisto, “Cara mudah mengatasi masalah statistik”, (Cet. I ; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), 240.

Kemudahan Penggunaan (X3)	1	0,549	0,2542	0,000	Valid
	2	0,748	0,2542	0,000	Valid
	3	0,777	0,2542	0,000	Valid
	4	0,760	0,2542	0,000	Valid
	5	0,610	0,2542	0,000	Valid
Minat Bertransaksi Secara Online (Y)	1	0,515	0,2542	0,000	Valid
	2	0,842	0,2542	0,000	Valid
	3	0,781	0,2542	0,000	Valid
	4	0,591	0,2542	0,000	Valid
	5	0,798	0,2542	0,000	Valid

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa, dari nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* dimana masing-masing variabel menunjukkan semua pernyataan valid karena r_{hitung} lebih besar dan positif dari r_{tabel} .

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Setelah kuesioner dibuat kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka suatu variabel dikatakan reliabel.⁶⁶

⁶⁶Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, edisi pertama, (Cet. IV: Jakarta: Kencana, 2013), 55.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Reliability Coefisients</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan (X1)	5 item	0,706	Relibel
Kepercayaan (X2)	5 item	0,721	Relibel
Kemudahan Penggunaan (X3)	5 item	0,858	Relibel
Minat bertransaksi secara online (Y)	5 item	0,872	Relibel

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel di atas menunjukkan, bahwa dari hasil uji data dengan Cronbach alpha masing-masing variabel diatas baik variabel X₁, X₂, X₃, maupun Y semuanya memiliki nilai yang reliabel yaitu lebih dari 0,60. Dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke jenjang berikutnya.

5. Deskripsi Variabel Penelitian

Apabila data telah terkumpul dan tertabulasi dengan baik, selanjutnya untuk melihat tanggapan responden dalam hal ini nasabah mengenai variabel-variabel penelitian yaitu Pengetahuan, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan (variabel independen) dan Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online (variabel dependen). Kemudian mencari rata-rata dari data tersebut, maka terlebih dahulu harus dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:⁶⁷

⁶⁷Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS” (Cet I: Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), 48.

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Diketahui:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi- Data terendah

Banyak kelas = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas intervalnya adalah sebagai berikut: $P = \frac{5-1}{5} = 0,80$. Maka interval dari kriteria penelitian rata-rata dapat diinterpretasikan berikut ini:

Sangat Buruk = 1,00 - 1,79

Buruk = 1,80 - 2,59

Cukup baik = 2,60 - 3,39

Baik = 3,40 - 4,19

Sangat baik = 4,20 - 5,00

1. Deskripsi tanggapan responden sebagai sampel penelitian terhadap Variabel Pengetahuan.

Tabel 4.7
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan (X1)

No	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS (3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	22	110	36.7	38	152	63.3										60	100	262	4,37
2	26	130	43.3	34	136	56.7										60	100	266	4,43
3	23	115	38.3	37	148	61.7										60	100	263	4,38
4	25	125	41.7	35	140	58.3										60	100	265	4,42
5	22	110	36.7	38	152	63.3										60	100	262	4,37

Sumber: Data Primer, 2020

Tanggapan dari responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel pengetahuan yaitu sebanyak 22 orang menyatakan sangat setuju, dan 38 orang menyatakan setuju. Total dari skor jawaban 60 responden adalah 262 dengan nilai mean 4,37, maka pernyataan pertama dikategorikan sangat baik.

Tanggapan dari responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel Pengetahuan yaitu sebanyak 26 orang menyatakan sangat setuju dan 34 orang menyatakan setuju. Total dari skor jawaban 60 responden adalah 266 dengan nilai mean 4,43, maka pernyataan kedua dikategorikan sangat baik.

Tanggapan dari responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Pengetahuan yaitu sebanyak 23 orang menyatakan sangat setuju dan 37 orang menyatakan setuju. Total dari skor jawaban 60 responden adalah 263 dengan nilai mean 4,38, maka pernyataan ketiga dikategorikan sangat baik.

Tanggapan dari responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel Pengetahuan yaitu sebanyak 25 orang menyatakan sangat setuju dan 35 orang

menyatakan setuju. Total dari skor jawaban 60 responden adalah 265 dengan nilai mean 4,42, maka pernyataan keempat dikategorikan sangat baik.

Tanggapan dari responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Pengetahuan yaitu sebanyak 22 orang menyatakan sangat setuju dan 38 orang menyatakan setuju. Total dari skor jawaban 60 responden adalah 262 dengan nilai mean 4,37, maka pernyataan kelima dikategorikan sangat baik.

2. Deskripsi tanggapan responden sebagai sampel penelitian terhadap variabel kepercayaan

Tabel 4.8
Hasil tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan (X2)

No.	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	35	175	58.3	25	100	41.7										60	100	275	4,58
2	42	210	70.0	18	72	30.0										60	100	282	4,7
3	42	210	70.0	18	72	30.0										60	100	282	4,7
4	42	210	70.0	18	72	30.0										60	100	282	4,7
5	28	140	46.7	28	112	46.7	4	12	6.7							60	100	264	4,4

Sumber: Data Primer, 2020

Dari hasil tanggapan responden di atas menunjukkan untuk pernyataan pertama terhadap variabel kepercayaan sebanyak 35 orang yang menyatakan sangat setuju dan 25 orang menyatakan setuju sehingga total skor berjumlah 275 dengan jumlah mean 4,58. Kriteria ini dinyatakan sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel kepercayaan sebanyak 42 orang yang menyatakan sangat setuju dan 18 orang yang setuju, total skor berjumlah 282 dengan jumlah mean 4,7. Kriteria ini dinyatakan sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel kepercayaan sebanyak 42 orang yang menyatakan sangat setuju dan 18 orang yang setuju, total skor berjumlah 282 dengan jumlah mean 4,7. Kriteria ini dinyatakan sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel kepercayaan sebanyak 42 orang yang menyatakan sangat setuju dan 18 orang yang setuju, total skor berjumlah 282 dengan jumlah mean 4,7. Kriteria ini dinyatakan sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel kepercayaan sebanyak 28 orang yang menyatakan sangat setuju dan 28 orang yang setuju, dan 4 orang menyatakan kurang setuju, total skor berjumlah 264 dengan jumlah mean 4,4. Kriteria ini dinyatakan sangat baik.

3. Deskripsi tanggapan responden sebagai sampel penelitian terhadap variabel kemudahan penggunaan

Tabel 4.9
Hasil tanggapan responden terhadap variabel kemudahan penggunaan (X3)

No	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	36	180	60.0	22	88	36.7	1	3	1.7	1	2	1.7				60	100	273	4,55
2	40	200	66.7	18	72	30.0	2	6	3.3							60	100	278	4,63
3	45	225	75.0	15	60	25.0										60	100	285	4,75
4	42	210	70.0	18	72	30.0										60	100	282	4,7
5	47	235	78.3	12	48	20.0	1	3	1.7							60	100	286	4,77

Dari hasil tabel diatas diketahui bahwa tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel kemudahan penggunaan yaitu 36 orang yang menyatakan sangat setuju, 22 orang setuju, 1 orang kurang setuju dan 1 orang tidak

setuju. Total skor pada pernyataan ini berjumlah 273 dengan jumlah mean 4,55 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel kemudahan penggunaan yaitu 40 orang yang menyatakan sangat setuju, 18 orang setuju dan 2 orang kurang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 278 dengan mean 4,63, sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel kemudahan penggunaan yaitu 45 orang yang menyatakan sangat setuju dan 15 orang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 285 dengan mean 4,75, sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel kemudahan penggunaan yaitu 42 orang yang menyatakan sangat setuju dan 18 orang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 282 dengan mean 4,7 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel kemudahan penggunaan yaitu 47 orang yang menyatakan sangat setuju, 12 orang setuju dan 1 orang kurang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 286 dengan mean 4,77, sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

4. Deskripsi tanggapan responden sebagai sampel penelitian terhadap variabel minat nasabah bertransaksi secara online

Tabel 4.10**Hasil tanggapan responden terhadap minat nasabah bertransaksi secara online (Y)**

No	Jawaban Responden															N	%	Total Skor	Mean
	SS(5)			S(4)			KS(3)			TS(2)			STS(1)						
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%				
1	48	240	80.0	12	48	20.0										60	100	288	4,8
2	50	250	83.3	10	40	16.7										60	100	290	4,83
3	48	240	80.0	12	48	20.0										60	100	288	4,8
4	46	230	76.7	14	56	23.3										60	100	286	4,77
5	50	250	83.3	10	40	16.7										60	100	290	4,83

Sumber: Data Primer, 2020

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel minat bertransaksi secara online yaitu 48 orang menyatakan sangat setuju dan 12 orang menyatakan setuju, total skor dari pernyataan ini berjumlah 288 dengan mean 4,8 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel minat bertransaksi secara online yaitu 50 orang yang menyatakan sangat setuju dan 10 orang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 290 dengan mean 4,83 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel minat bertransaksi secara online yaitu 48 orang yang menyatakan sangat setuju dan 12 orang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 288 dengan mean 4,8 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel minat bertransaksi secara online yaitu 46 orang yang menyatakan sangat setuju dan

14 orang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 286 dengan mean 4,77 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

Hasil tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel minat bertransaksi secara online yaitu 50 orang yang menyatakan sangat setuju dan 10 orang setuju, total skor pada pernyataan ini berjumlah 290 dengan mean 4,83 sehingga kriteria ini tergolong sangat baik.

6. Uji asumsi klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian regresi berganda maupun hipotesis, uji asumsi klasik harus terlebih dahulu terpenuhi. Asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan diterima serta menghindari adanya kemungkinan sebuah pelanggaran asumsi yang didasari pada asumsi dasar pada metode regresi. Dengan demikian dapat diharapkan pengambilan hasil uji statistik mendekati nilai estimasi yang sebenarnya. Untuk uji ini disajikan sebagaimana berikut ini:

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residul memiliki distribusi normal. Modal regresi yang baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal.⁶⁸

⁶⁸Duwi Priyatno, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, (Cet.I: Yogyakarta: Gaya Media, 2013), 24.

Tabel 4.11
One sample kolmogrov-smirnov test

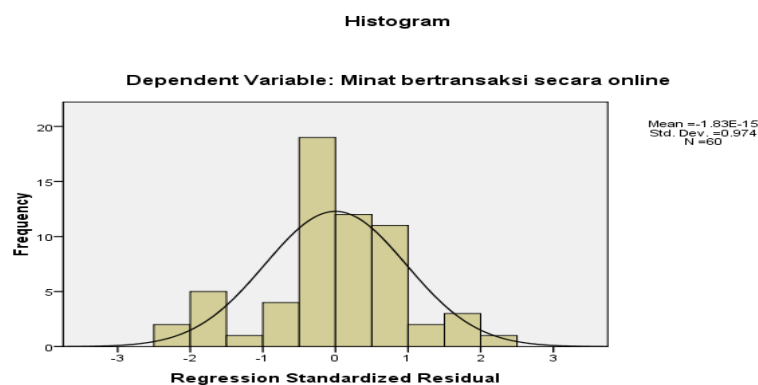
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14213126
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.075
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		.946
Asymp. Sig. (2-tailed)		.332

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Output SPSS 16.0

Tabel di atas menunjukkan bahwa distribusi data pada penelitian ini berdistribusi Normal setelah dilakukannya uji data pada SPSS. 16.0. kemudian cara mendeteksi bahwa data penelitian ini berdistribusi normal bisa dilihat dengan analisis grafik histogram dimana dalam grafik tersebut membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Penyajian grafik pada penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil uji asumsi klasik normalitas (histogram)



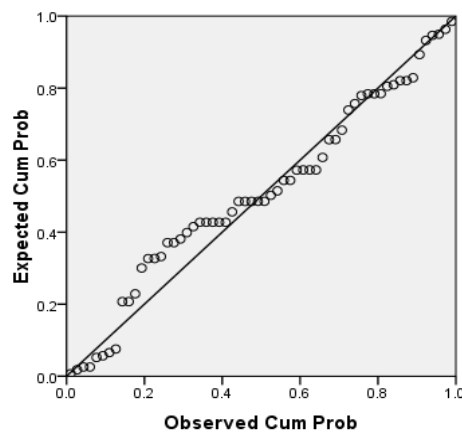
Dari grafik histogram di atas dapat dilihat perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Kemudian, hasil dari grafik *Probability Plot* dari program *SPSS for window versi 16* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat bertransaksi secara online



Sumber: Data Output SPSS 16.0

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Model regresi ini layak digunakan, karena apabila data menyebar disekitar garis diagonal, maka hal ini memenuhi syarat asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro (VIF)* dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah

yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan *Vif* > 10 . Jika nilai *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).⁶⁹ Berikut penyajian datanya:

Tabel 4.12
Hasil uji Multikolonearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan (x1)	0.994	1.006	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepercayaan (x2)	0.994	1.006	Tidak terjadi multikolinieritas
Kemudahan penggunaan (x3)	1.000	1.000	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, terjadi perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa tidak adanya variabel independen yang memiliki nilai kurang dari 0.10 dimana pada penelitian ini mendapatkan nilai 0.994 untuk variabel pengetahuan, 0.994 untuk variabel kepercayaan, 1.000 untuk variabel kemudahan penggunaan dan nilai *VIF* dari masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10 sehingga hal ini dinyatakan bahwa penelitian ini dinyatakan bebas dari multikolonearitas.

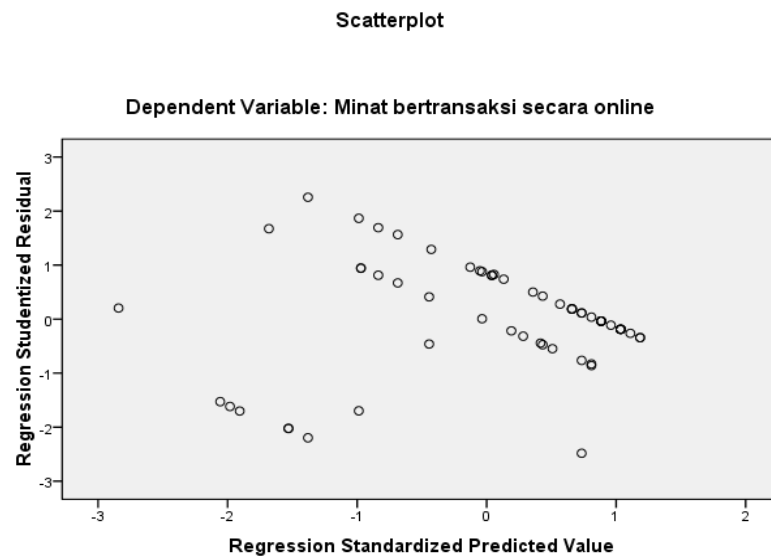
c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual dari satu pengamatan ke

⁶⁹Ibid 59-60.

pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heterokedastisitas.⁷⁰

Gambar 4.3
Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas



Sumber: Data Output SPSS 16.0

Grafik *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut cenderung menyebar dan tak berpola ataupun berbentuk dengan beraturan, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

7. Uji analisis regresi linear berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang di mana variabel terikatnya (Y) dihubungkan/dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas. Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linear berganda antara variabel-variabel berikut ini : pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2) dan kemudahan

⁷⁰Ibid 87.

penggunaan (X_3) terhadap minat nasabah bertransaksi secara online (Y). Dari hasil pengelolaan data penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji regresi berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.448	3.255		2.903	.005		
Pengetahuan	-.086	.092	-.089	-.936	.353	.994	1.006
Kepercayaan	.172	.088	.184	1.943	.057	.994	1.006
Kemudahan Penggunaan	.534	.075	.676	7.154	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara Online

Sumber: Data Output SPSS 16.0

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi berganda di atas, maka diperoleh hasil regresi dari model tersebut adalah sebagai berikut:

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

$$= 9.448 + -0.086X_1 + 0.172X_2 + 0,534X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 9.448, artinya apabila variabel independen yaitu pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan sama dengan nol atau tetap, maka skor minat nasabah bertransaksi secara online sebesar 9.448.
- Nilai koefisien regresi pengetahuan (X_1) sebesar -0.086, artinya jika terjadi 1 satuan, maka minat nasabah bertransaksi secara online tidak mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika pengetahuan mempunyai hubungan negatif dengan minat bertransaksi secara online (Y). Karena dari nilai signifikannya pengetahuan tidak mempengaruhi minat.

- c. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X_2) sebesar 0.172 dan bernilai positif. Meskipun bernilai positif, namun kepercayaan tidak signifikan memberikan pengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online, dengan kata lain berapapun perubahan tidak akan memberikan pengaruh.
- d. Nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan (X_3) sebesar 0.534 dan bernilai positif. Artinya apabila kemudahan penggunaan ditingkatkan 1 satuan, maka minat nasabah bertransaksi secara online (Y) akan meningkat 0.534. Koefisien bernilai positif yang didapat menunjukkan setiap ada kenaikan kemudahan penggunaan akan meningkatkan minat.

8. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hasil datanya bisa dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil uji parsial (uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.448	3.255		2.903	.005		
Pengetahuan	-.086	.092	-.089	-.936	.353	.994	1.006
Kepercayaan	.172	.088	.184	1.943	.057	.994	1.006
Kemudahan Penggunaan	.534	.075	.676	7.154	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara online

Berdasarkan hasil perhitungan statistic di atas, uji t dari 3 variabel X apabila dimasukkan dalam regresi terlihat:

- 1) Diketahui pengetahuan (X_1) diperoleh $t_{hitung} -0.936 < t_{tabel} 1,673$ dan nilai signifikan (sig) 0,353 lebih besar dari nilai α 0.05.artinya $0.353 > 0.05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.
- 2) Diketahui kepercayaan (X_2) diperoleh $t_{hitung} 1.943 > t_{tabel} 1,673$ dan nilai signifikan (sig) 0.057 lebih besar dari nilai α 0.05.artinya $0.057 > 0.05$.dengan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.
- 3) Diketahui kemudahan penggunaan (X_3) diperoleh $t_{hitung} 7.154 > t_{tabel} 1,673$ dan nilai signifikan (sig) 0.000 lebih kecil dari nilai α 0.05.artinya $0.000 < 0.05$. dengan ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.

b. *Uji simultan (uji f)*

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hasil datanya bisa dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil uji simultan (uji f)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	76.970	3	25.657	18.668	.000 ^a
Residual	76.963	56	1.374		
Total	153.933	59			

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan,

b. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara online

Sumber: Data Output SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji anova (*analysis of varians*) atau f test diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} 18.668 > F_{tabel}$ yaitu 2.769, sehingga disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2) dan kemudahan penggunaan (X_3) secara serempak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online (Y)

9. Uji koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan statistik oleh SPSS 16.0 menunjukkan persentase keberpengaruhan variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.473	1.172

a. Predictors: (Constant), pengetahuan, kepercayaan, kemudahan penggunaan.

b. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara online

Sumber: Data Output SPSS 16.0

Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan menggunakan program SPSS 16.0 didapat koefisien determinasi berganda (*R Square*) sebesar 0.473, artinya bahwa secara bersama-sama pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan memberikan kontribusi dalam mempengaruhi minat nasabah bertransaksi secara online sebesar 47,3%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar (100% - 47.3% = 52.7%). Jadi sebesar 52.7% merupakan sumbangan dari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi secara online dimana variabel tersebut tidak diteliti.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan (X1) Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh nilai $t_{hitung} -0.936 < t_{tabel} 1,673$ dan nilai signifikan (sig) 0,353 lebih besar dari nilai $\alpha 0.05$. artinya $0.353 > 0.05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online. Pengaruh negatif

dengan kata lain tingginya pengetahuan tentang Mobile Banking Muamalat DIN akan menurunkan minat nasabah bertransaksi secara online.

Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan tentang mobile banking belum tercapai maksimal untuk menimbulkan minat nasabah bertransaksi secara online. Dalam menggunakan layanan *e banking*, nasabah perlu mengetahui informasi mengenai karakteristik layanan tersebut, kurangnya pengetahuan tentang mobile banking ini menyebabkan kurangnya minat nasabah dalam bertransaksi secara online. Dalam hal ini, pihak bank memiliki peranan penting dalam suatu layanan, termasuk salah satunya adalah layanan mobile banking. Hal ini karena pengetahuan merupakan salah satu kunci untuk mendorong minat nasabah dalam bertransaksi secara online. Semakin banyak pengetahuan yang diperoleh maka semakin menumbuhkan minat, begitu juga sebaliknya semakin rendah pengetahuan yang diperoleh maka semakin kurang minat nasabah dalam melakukan transaksi secara online melalui mobile banking.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah Khoirun Nisa, dimana variabel pengetahuan kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi ulang secara online di bank BNI Syariah KC Tanjungkarang.⁷¹

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

⁷¹Azizah Khoirun Nisa, “*Pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan e banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online dalam perspektif Islam*, (Studi kasus pada nasabah bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)”, Skripsi yang tidak diterbitkan (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018) <http://repository.radenintan.ac.id> di akses pada tanggal 22 juli 2020.

Kepercayaan adalah keyakinan untuk bergantung pada pihak lain. Menurut Ba dan Pavlou dalam Dwika Lodia Putri, mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.⁷²

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kepercayaan adalah $1.943 > t_{tabel} 1,673$ dan nilai signifikan (sig) 0.057 lebih besar dari nilai $\alpha 0.05$. artinya $0.057 > 0.05$. dengan ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mario Ledesman yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking . Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu dengan hasil nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai sebesar $-1.590 < 1.99254$ dan nilai signifikan sebesar $0.116 > 0.05$.⁷³

Hasil yang ditunjukkan dari kuesioner yang telah dibagikan walaupun banyak yang menyatakan positif dalam memberikan jawabannya, namun masih ada responden yang menyatakan kurang setuju atas jawaban yang diberikan. Dimana

⁷²Dwika Lodia Putri, Souvya Fithrie, *Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mnadiri)*, Jurnal Ikraith Ekonomika Vol. 2, No. 2, 2019.

⁷³Mario Ledesman, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*, (Studi pada BSM cabang Bandar Jaya), Skripsi yang tidak diterbitkan, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), <http://repository.radenintan.ac.id> di akses tanggal 25 Juni 2020.

pada pertanyaan item ke 5 yaitu saya percaya menggunakan mobile banking tidak memiliki risiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi. Dalam pertanyaan ini nasabah sering menganggap bahwa dalam melakukan transaksi secara online ada resiko yang tinggi walaupun resiko tersebut sebenarnya rendah dan tidak semua nasabah percaya bahwa setiap transaksi yang dilakukan dalam mobile banking selalu aman karena mereka masih khawatir apabila data pribadinya akan di akses pada pihak yang tidak bertanggung jawab.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online

Berdasarkan hasil uji data yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 diperoleh data $t_{hitung} 7.154 > t_{tabel} 1,673$ dan nilai signifikan (sig) 0.000 lebih kecil dari nilai $\alpha 0.05$. artinya $0.000 < 0.05$. dengan ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aldhisa Amanda Sebayang dimana terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel risiko, kemudahan penggunaan, kepercayaan dan *electronic word of mouth* terhadap penggunaan layanan mobile banking pada bank mandiri di kota bandar lampung dengan nilai F sebesar 14,875.⁷⁴

⁷⁴Aldhisa Amanda Sebayang, “Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung)”, Skripsi yang tidak diterbitkan, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2017), <http://digilib.unila.ac.id> di akses tanggal 01 November 2019.

Dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah dipahami. Dengan adanya mobile banking ini, nasabah tidak perlu lagi ke bank untuk mengantri, nasabah hanya perlu menggunakan aplikasi yang disediakan oleh pihak bank. Sehingga kemudahan penggunaan dapat menarik minat nasabah dalam bertransaksi secara online dalam menggunakan mobile banking dan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.

4. Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

Berdasarkan hasil uji anova (*analysis of varians*) atau f test diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} 18.668 > F_{tabel}$ yaitu 2.769, sehingga disimpulkan bahwa variabel pengetahuan (X_1), kepercayaan (X_2) dan kemudahan penggunaan (X_3) secara serempak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online (Y)

Walaupun memang secara parsial atau terpisah dua variabel secara signifikan tidak berpengaruh, akan tetapi ketiga variabel yaitu pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online.

Pengaruh secara simultan ini dinilai sebesar 47,3% sebagai persentase pengaruhnya terhadap minat bertransaksi secara online (variabel dependen).

Sebesar 52.7% menjadi persentase yang diartikan bahwa masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi secara online. Dimana variabel yang tidak diteliti seperti kenyamanan, risiko penggunaan, daya guna, manfaat, kepuasan, kemampuan akses, keamanan bisa saja menjadi faktor lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi secara online dalam menggunakan Mobile Banking Muamalat DIN pada Bank Muamalat cabang Palu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

10. Pengaruh Pengetahuan Mobile Banking Muamalat DIN tidak signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu dengan besaran pengaruh -08,9 %.
11. Pengaruh Kepercayaan Mobile Banking Muamalat DIN tidak signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu dengan besaran pengaruh 18,4 %.
12. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online di Bank Muamalat Cabang Palu dengan besaran pengaruh 67,6%.
13. Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Muamalat DIN secara serempak atau simultan signifikan berpengaruh terhadap Minat Nasabah bertransaksi secara online (Y). Dimana besaran pengaruhnya dapat di lihat pada tabel model summary pada kolom *adjusted R Square* yaitu sebesar 0.473 atau 47.3% dan selebihnya di pengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara online. Oleh karena itu, pihak bank harus mampu memberikan

pengetahuan yang lebih baik agar pengetahuan nasabah tentang mobile banking menjadi lebih baik , sehingga menambah atau menarik nasabah untuk mau bertransaksi secara online menggunakan mobile banking dan keputusan nasabah yang menggunakan mobile banking akan terus meningkat.

2. Bagi bank muamalat cabang Palu untuk lebih meningkatkan keamanan serta mampu menjelaskan kepada nasabah bahwa aplikasi mobile banking sebenarnya sudah dilengkapi keamanan yang canggih sehingga data pribadi dan kerahasiaan transaksi nasabah terjamin keamanannya. Sehingga nasabah yang sudah memakai mobile banking atau yang baru menggunakan mobile banking tidak takut untuk melakukan transaksi secara online. Karena variabel kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting untuk meningkatkan minat nasabah dalam bertransaksi secara online.
3. Bagi Bank Muamalat diharapkan untuk selalu menjaga dan memberikan fitur layanan mobile banking yang mudah dipahami dan digunakan oleh nasabah karena berdasarkan hasil penelitian ini kemudahan penggunaan secara signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi secara online. Jadi nasabah atau calon nasabah yang menggunakan mobile banking tidak akan merasa kesusahan dalam menggunakannya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini. Peneliti disarankan untuk menambah jumlah responden dalam penghitungan sampel dan menambah atau mengubah variabel

penelitian lain karena ketiga variabel yang diajukan saat ini hanya mempengaruhi sebesar 47.3% dan masih terdapat variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi secara online sebesar 52.7% yang bisa dijadikan penelitian dengan variabel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cet. XII: Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Aromatika, Nurianda WFE, An Arizal, Totoh Andayono, Azwar Inra. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Lulusan Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Jurusan Teknik Sipil FT-UNP Terhadap Profesi Guru*”. Jurnal, Vol. 5, No.2, 2018.
- Bank Muamalat Indonesia, Jaringan Muamalat, Blog, Bank Muamalat Indonesia. <http://www.bankmuamalat.co.id>. diakses pada tanggal 11 April 2020.
- Budiharto, Widodo. *Metode Penelitian Ilmu Komputer*. Cet I: Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Bulkia, Sri, Ana Sofia Herawati dan Nurul Hasanah. “*Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Penggunaan Internet Banking Banjarmasin*”. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 3 No. 2, 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Cet I: Semarang: Universitas Diponegoro, 2006).
- Hadi, Syamsul, Novi. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*”. Jurnal Nominal, Vol. 5, No.1, 2015.
- Hasan, Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistika Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Iriani, Annisa Fitri. “*Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*”. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 2, No. 2, 2018.
- Irmadhani, Mahendra Adhi Nugroho. “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”. Jurnal Kajian pendidikan dan akuntansi indonesia, Vol. 1, No.3, 2012.
- Kahar, Irsan. “*Pengaruh Motivasi Dan Minat Belajar Siswa Kelas X Terhadap Hasil Belajar Servis Atas Bola Voli SMA Negeri 18 Luwu*”. Jurnal Jasmani dan Olahraga, (Makassar: 2018).
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Cet.III ; Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2004.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung, CV. Cahaya Kreativa Utama, 2018).
- Kosim, Muhammad. "*Ilmu Pengetahuan dalam Islam (Perspektif Filosofis-Historis)*". Jurnal Tadris, Vol 3, No. 2, 2008.
- Kuntjojo. *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2009.
- Ledesman, Mario. "*Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*, (Studi pada BSM cabang Bandar Jaya). Skripsi yang tidak diterbitkan, (Lampung:Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Maharsi, Sri dan Fenny. "*Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 8, No. 1, 2006.
- Martono, Nanang. *Metode Peneleitian Kuantitatif*. Cet IV : Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Nasution, Mislah Hayati, Sutisna. "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*". Jurnal Nisbah, Vol 1, No.1, 2015.
- Nisa, Azizah Khoirun. "*Pengaruh pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan e banking terhadap minat bertransaksi ulang secara online dalam perspektif Islam*, (Studi kasus pada nasabah bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)". Skripsi yang tidak diterbitkan, (Lampung:Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Nisa'i, Khilmiatun. "*Kepercayaan Konsumen dan Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen pada Pembelian Produk Syar'i Secara Online (Studi Kasus pada All Collection Shop Sedati Sidoarjo)*". Skripsi yang diterbitkan, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2016).
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Cet.VII ; Jakarta; Kencana Prenadamedia Group, 2012.
- Patminingsih, Novia. "*Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan di BMT Surya Abadi Ponorogo*". Skripsi yang diterbitkan, (Ponorogo: Institut Agama Islam Ponorogo, 2018).

- Pratisto, Arif. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik*. (Cet. I ; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004).
- Pratiwi, Isti Hanum. “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kualitas Layanan Website dan Risiko Terhadap Adopsi Internet Banking CIMB Niaga di Surabaya*”. Skripsi yang diterbitkan, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2017).
- Priyatno, Duwi. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Cet.I: Yogyakarta: Gaya Media, 2013.
- Putri, Dwika Lodia dan Souvya Fithrie. “*Pengaruh Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)*” . Jurnal Ikraith Ekonomika, Vol. 2, No. 2, 2019.
- Rahayu, Imam Sugih, “*Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model(TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*” . Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. V, No.2, 2015.
- Rahmad, Andri Daisy, Endang Siti Astuti, Riyadi. “*Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya)*”. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 43, No.1, 2017.
- Riduwan, Dasar Dasar Statistika. Cet. XII: CV Alfabeta, 2014.
- Sa'diyah, Mahmudatus, Nur Aziroh. “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus*”. Jurnal, Vol. 1, No.1, 2013.
- Sanifah, Laili Jamilatus. “*Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Sikap Keluarga tentang Perawatan Activites Daily Living (ADL) pada Lansia*”. Skripsi yang diterbitkan, (Jombang: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Insan Cendekia Media Jombang, 2018).
- Saputro, Brian Dwi dan Sukirno. “*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*”. Jurnal Nominal, Vol. II, No. 1, 2013.
- Sebayang, Aldhisa Amanda. “*Pengaruh Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Layanan Mobile Banking Bank Mandiri di Kota Bandar Lampung)*”. Skripsi yang Diterbitkan, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2017).

- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Cet. IV: Bandung: Refika Aditama, 2015.
- Siregar, Sofyan, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. edisi pertama, (Cet. IV: Jakarta: Kencana, 2013).
- Sudaryanti, Dedeh Sri, Nana Sahroni, Ane Kurniawati. “Analisa Pengaruh Mobile Banking terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 4, No. 2, 2018.
- Sukarno, Ichwan. “*Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia*”. Skripsi yang diterbitkan, (Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2015).
- Suraya, Iin. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City*”. *Jurnal Komunikasi*, Vol. VI, No. 1, 2015.
- Suryani, Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. edisi pertama, (Cet 1 : Kencana, 2015).
- Syukri, Maya Atika. “*Pengaruh Citra Merek, Keterlibatan Produk, dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli (Studi pada Pembelian Kuota Internet Telkomsel di Bandar Lampung)*”. Skripsi yang diterbitkan, (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2019).
- Tampubolon, Nelson. Irwan Lubis dan Agus E. Siregar. *Bijak Ber-Elektronik Banking*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2015.
- Tecualu, Melitina. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank di Indonesia*”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 11, No.1, 2011.

LAMPIRAN 1: KUESIONER

ANGKET

DATA RESPONDEN

Nama :
Jeniskelamin :
Usia :
Alamat :
Profesi/Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda sesuai dengan mencentang pada kolom yang telah tersedia, dengan lima alternative jawaban sebagai berikut:

SS = SANGAT SETUJU

S = SETUJU

KS = KURANG SETUJU

TS = TIDAK SETUJU

STS = SANGAT TIDAK SETUJU

ITEM PERNYATAAN MASING-MASING VARIABEL

A. Variabel Pengetahuan

NO.	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	SS
1	Saya lebih cepat memahami produk-produk mobile banking bank Muamalat karena didukung fasilitas yang memadai.					
2	Mobile banking bank Muamalat adalah layanan yang bekerja sesuai dengan syariat Islam.					
3	Karyawan bank muamalat selalu tanggap dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi melalui aplikasi mobile banking.					

4	Saya lebih cepat memahami produk bank Muamalat dengan menggunakan fasilitas aplikasi mobile banking.					
5	Informasi yang diberikan bank Muamalat lebih mudah dipahami karena lebih terarah dalam aplikasi mobile banking.					

B. Variabel Kepercayaan

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa aplikasi mobile banking telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal.					
2	Saya tidak merasa khawatir dan takut bertransaksi melalui mobile banking karena keakuratan proses dan data terjamin.					
3	Transaksi yang dilakukan melalui mobile banking aman dan dapat dipercaya karena dijamin kerahasiaannya.					
4	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui mobile banking.					
5	Saya percaya menggunakan mobile banking tidak memiliki risiko yang tinggi terutama yang berhubungan dengan keamanan data pribadi.					

C. Variabel Kemudahan Penggunaan

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menggunakan mobile banking karena menu mobile banking mudah dipelajari dan mudah dimengerti.					

2	Mobile banking sangat mudah untuk dioperasikan karena saya merasa mampu menggunakan mobile banking untuk bertransaksi secara online.					
3	Mobile banking memproses setiap transaksi dengan cepat kapanpun dan dimanapun.					
4	Dengan menggunakan mobile banking dapat menghemat waktu saya.					
5	Saya dapat bertransaksi dengan menggunakan mobile banking dengan cepat tanpa harus mengantri di bank.					

D. Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tertarik menggunakan mobile banking karena syarat dan ketentuannya mudah.					
2	Saya bisa mendapatkan registrasi layanan mobile banking muamalat pada awal pembukaan rekening.					
3	Saya senang menggunakan mobile banking karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank.					
4	Saya senang menggunakan mobile banking karena nomor pin lebih aman karena diakses melalui perangkat pribadi.					
5	Banyak jenis transaksi yang bisa saya lakukan dengan menggunakan mobile banking.					

LAMPIRAN 2: DATA RESPONDEN

A. PENGETAHUAN (X1)

No. Resp	NO PERNYATAAN				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5

1	4	4	4	4	4
2	4	5	4	5	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4
6	5	4	4	4	5
7	4	4	4	4	4
8	5	5	4	4	5
9	4	4	4	4	4
10	4	5	4	5	4
11	4	5	4	5	4
12	4	4	5	4	4
13	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4
15	5	4	4	4	5
16	4	5	5	5	4
17	5	5	4	5	5
18	4	4	4	4	4
19	4	5	5	5	4
20	5	4	5	4	5
21	4	4	5	4	4
22	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	4	5	4	5	4
26	4	4	5	4	4
27	5	5	4	5	5
28	4	4	5	4	4
29	4	5	4	5	4
30	4	4	4	4	4
31	5	5	4	5	5
32	5	4	4	4	5
33	4	4	4	4	4
34	5	4	5	4	5
35	4	4	5	4	4
36	4	5	5	5	4
37	4	4	4	4	4
38	4	5	5	5	4
39	5	4	4	4	5
40	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	4

42	4	5	4	5	4
43	5	4	4	4	5
44	4	4	4	4	4
45	5	5	5	5	5
46	5	5	4	5	5
47	5	5	5	5	5
48	4	4	5	4	4
49	4	5	5	5	4
50	4	4	5	4	4
51	5	5	5	5	5
52	4	4	4	4	4
53	5	4	4	4	5
54	5	5	5	5	5
55	4	5	4	5	4
56	5	5	4	5	5
57	4	4	4	4	4
58	4	4	5	4	4
59	5	4	4	4	5
60	4	4	5	4	4

B. KEPERCAYAAN (X2)

No. Resp	NO PERNYATAAN				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	4	4	5	5	5
2	4	5	5	5	5
3	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5
8	4	4	5	5	5
9	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	4
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	4
16	4	4	5	5	5
17	5	5	5	5	5

18	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5
21	5	5	4	4	3
22	5	5	5	5	4
23	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	5
26	5	5	5	5	3
27	5	5	5	5	4
28	5	5	5	5	4
29	5	5	5	5	5
30	5	5	5	4	5
31	4	4	4	4	4
32	5	4	4	4	4
33	4	5	4	5	4
34	4	5	5	5	5
35	5	5	5	4	4
36	5	5	5	4	4
37	4	4	5	5	5
38	4	4	4	4	3
39	5	4	4	5	5
40	4	5	5	5	4
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	4	5	5	5	3
45	4	4	4	5	5
46	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	4
48	5	5	5	5	4
49	5	5	5	5	4
50	5	5	5	5	4
51	4	5	5	5	4
52	4	5	5	5	4
53	4	4	4	4	4
54	4	5	4	5	4
55	5	5	5	5	5
56	5	5	4	4	4
57	5	5	5	4	4
58	4	4	5	5	4

59	4	4	4	4	5
60	4	5	4	5	5

C. KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3)

No. Resp	NO PERNYATAAN				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	4	5
7	4	4	4	4	5
8	4	5	5	5	5
9	2	4	5	5	5
10	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5
17	3	3	5	5	5
18	4	3	4	4	3
19	4	5	5	4	4
20	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5
25	5	4	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5
28	5	5	4	4	4
29	4	4	4	4	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	4	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5
34	4	4	5	5	5

35	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5
40	4	4	5	5	5
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	5
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5
46	4	4	4	4	5
47	4	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5
52	4	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5
56	5	5	4	4	4
57	4	4	5	5	5
58	4	4	4	4	4
59	4	4	5	4	5
60	5	5	5	5	5

D. MINAT NASABAH BERTRANSAKSI SECARA ONLINE (Y)

No Resp	NO PERNYATAAN				
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5
7	5	5	4	5	5
8	4	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4

11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5
17	5	4	4	4	4
18	5	4	4	4	4
19	5	5	4	5	4
20	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5
23	5	5	5	4	5
24	4	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5
28	5	4	5	5	5
29	4	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	5	5	5	4	5
33	5	5	5	4	5
34	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5
39	4	4	4	5	5
40	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4
50	5	5	5	5	5
51	4	5	5	5	5

52	5	5	5	4	5
53	5	5	4	5	5
54	4	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5
56	5	5	5	4	5
57	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	4
59	5	5	5	4	5
60	4	5	5	5	5

LAMPIRAN 3 : HASIL TABULASI

A. Variabel Pengetahuan (X1)

NO	X1 PENGETAHUAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	5	4	22
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	4	22
6	5	4	4	4	5	22
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	4	4	5	23
9	4	4	4	4	4	20
10	4	5	4	5	4	22
11	4	5	4	5	4	22
12	4	4	5	4	4	21
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	5	4	4	4	5	22
16	4	5	5	5	4	23
17	5	5	4	5	5	24
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	5	5	4	23
20	5	4	5	4	5	23
21	4	4	5	4	4	21
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	4	4	4	20
24	5	5	5	5	5	25
25	4	5	4	5	4	22
26	4	4	5	4	4	21
27	5	5	4	5	5	24
28	4	4	5	4	4	21
29	4	5	4	5	4	22
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	4	5	5	24
32	5	4	4	4	5	22
33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	5	4	5	23
35	4	4	5	4	4	21
36	4	5	5	5	4	23
37	4	4	4	4	4	20
38	4	5	5	5	4	23
39	5	4	4	4	5	22

40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	4	5	4	5	4	22
43	5	4	4	4	5	22
44	4	4	4	4	4	20
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	4	5	5	24
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	5	4	4	21
49	4	5	5	5	4	23
50	4	4	5	4	4	21
51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	4	4	4	20
53	5	4	4	4	5	22
54	5	5	5	5	5	25
55	4	5	4	5	4	22
56	5	5	4	5	5	24
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	5	4	4	21
59	5	4	4	4	5	22
60	4	4	5	4	4	21

B. Variabel Kepercayaan (X2)

NO	X2 KEPERCAYAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	4	4	5	5	5	23
2	4	5	5	5	5	24
3	5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	5	5	5	23
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	4	24
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25

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

56	5	5	4	4	4	22
57	5	5	5	4	4	23
58	4	4	5	5	4	22
59	4	4	4	4	5	21
60	4	5	4	5	5	23

C. Kemudahan Penggunaan (X3)

NO	X3 KEMUDAHAN PENGGUNAAN					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	4	5	24
7	4	4	4	4	5	21
8	4	5	5	5	5	24
9	2	4	5	5	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	3	3	5	5	5	21
18	4	3	4	4	3	18
19	4	5	5	4	4	22
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	4	24
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	5	4	5	5	5	24
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	4	4	4	22
29	4	4	4	4	5	21
30	5	5	5	5	5	25

31	5	5	5	5	5	25
32	4	5	5	5	5	24
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	5	5	5	23
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	5	5	5	23
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	5	21
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	4	5	21
47	4	5	5	5	5	24
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	5	5	5	25
52	4	5	5	5	5	24
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	4	4	4	22
57	4	4	5	5	5	23
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	5	4	5	22
60	5	5	5	5	5	25

D. Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online (Y)

NO	(Y) MINAT NASABAH BERTRANSAKSI SECARA ONLINE					JUMLAH
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25

5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	4	5	5	24
8	4	5	5	5	5	24
9	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	4	4	4	21
18	5	4	4	4	4	21
19	5	5	4	5	4	23
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	4	5	24
24	4	5	5	5	5	24
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	5	4	5	5	5	24
29	4	5	5	5	5	24
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	4	5	24
33	5	5	5	4	5	24
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	4	20
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25
39	4	4	4	5	5	22
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25

46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	5	25
51	4	5	5	5	5	24
52	5	5	5	4	5	24
53	5	5	4	5	5	24
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	4	5	24
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	4	24
59	5	5	5	4	5	24
60	4	5	5	5	5	24

LAMPIRAN 4 : UJI VALIDITAS

A. Variabel Pengetahuan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	VAR00003
X1.1	Pearson Correlation	1	.242	.040	.199	1.000**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.063	.760	.128	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.242	1	.141	.966**	.242	.771**
	Sig. (2-tailed)	.063		.284	.000	.063	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.040	.141	1	.168	.040	.410**
	Sig. (2-tailed)	.760	.284		.199	.760	.001
	N	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.199	.966**	.168	1	.199	.753**
	Sig. (2-tailed)	.128	.000	.199		.128	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	1.000**	.242	.040	.199	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.063	.760	.128		.000
	N	60	60	60	60	60	60
VAR00003	Pearson Correlation	.727**	.771**	.410**	.753**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

B. Variabel Kepercayaan (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	VAR00003
x2.1	Pearson Correlation	1	.627**	.480**	.184	.111	.672**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.158	.400	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x2.2	Pearson Correlation	.627**	1	.603**	.444**	.012	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.928	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x2.3	Pearson Correlation	.480**	.603**	1	.603**	.250	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.054	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x2.4	Pearson Correlation	.184	.444**	.603**	1	.369**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.158	.000	.000		.004	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x2.5	Pearson Correlation	.111	.012	.250	.369**	1	.557**
	Sig. (2-tailed)	.400	.928	.054	.004		.000
	N	60	60	60	60	60	60
VAR00003	Pearson Correlation	.672**	.731**	.816**	.731**	.557**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

C. Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	VAR00003
x3.1	Pearson Correlation	1	.746**	.390**	.407**	.276*	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.033	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x3.2	Pearson Correlation	.746**	1	.598**	.559**	.454**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x3.3	Pearson Correlation	.390**	.598**	1	.882**	.710**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x3.4	Pearson Correlation	.407**	.559**	.882**	1	.695**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
x3.5	Pearson Correlation	.276*	.454**	.710**	.695**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
VAR00003	Pearson Correlation	.744**	.854**	.855**	.847**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

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

D. Variabel Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online (Y)

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	VAR00001
y.1	Pearson Correlation	1	.559**	.479**	.315*	.447**	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.014	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
y.2	Pearson Correlation	.559**	1	.783**	.599**	.760**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
y.3	Pearson Correlation	.479**	.783**	1	.512**	.783**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
y.4	Pearson Correlation	.315*	.599**	.512**	1	.599**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
y.5	Pearson Correlation	.447**	.760**	.783**	.599**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
VAR00001	Pearson Correlation	.687**	.903**	.869**	.750**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

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

LAMPIRAN 4: UJI RELIABILITAS

A. Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.60	1.837	.535	.627
X1.2	17.53	1.745	.594	.600
X1.3	17.58	2.349	.126	.783
X1.4	17.55	1.777	.569	.611
X1.5	17.60	1.837	.535	.627

B. Variabel Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	18.50	2.085	.460	.681
x2.2	18.38	2.037	.563	.643
x2.3	18.38	1.901	.689	.594
x2.4	18.38	2.037	.563	.643
x2.5	18.68	2.186	.234	.792

C. Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	18.85	2.672	.549	.872
x3.2	18.77	2.555	.748	.808
x3.3	18.65	2.842	.777	.808
x3.4	18.70	2.790	.760	.809
x3.5	18.63	2.982	.610	.844

D. Variabel Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y.1	19.23	1.877	.515	.888
y.2	19.20	1.654	.842	.811
y.3	19.23	1.640	.781	.823
y.4	19.27	1.758	.591	.872
y.5	19.20	1.688	.798	.821

LAMPIRAN 5 : TABEL R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823

70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 6 : HASIL UJI ASUMSI KLASIK

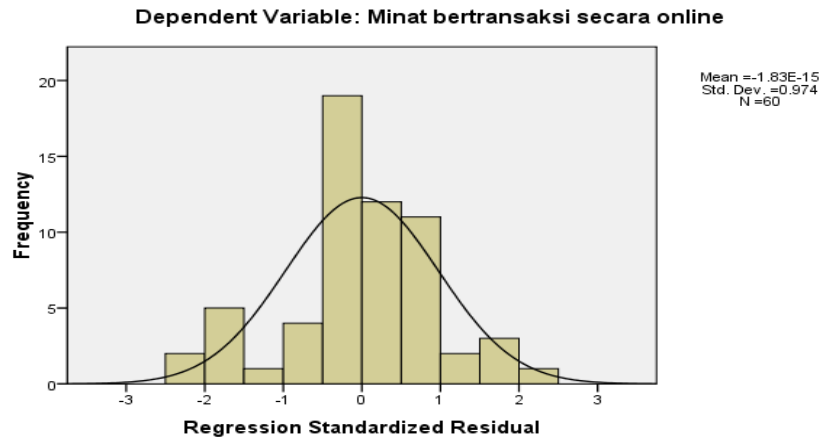
A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14213126
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.075
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		.946
Asymp. Sig. (2-tailed)		.332

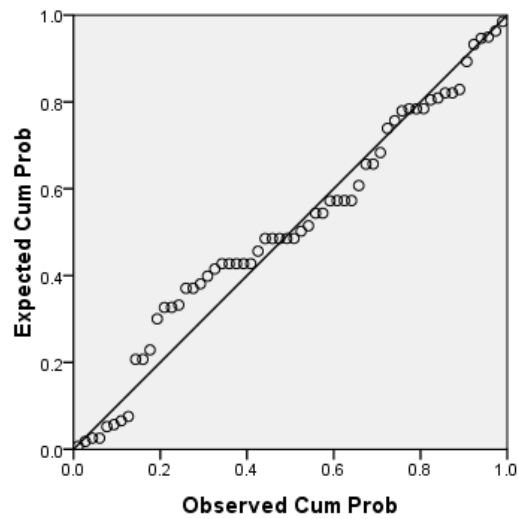
a. Test distribution is Normal.

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Minat bertransaksi secara online



B. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

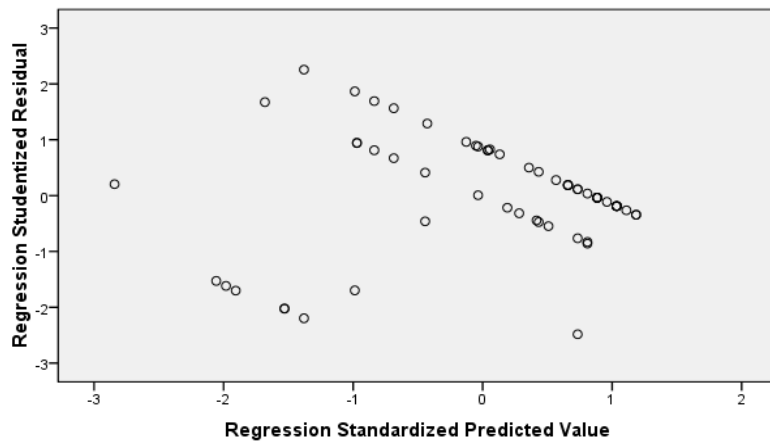
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.448	3.255		2.903	.005		
	Pengetahuan	-.086	.092	-.089	-.936	.353	.994	1.006
	Kepercayaan	.172	.088	.184	1.943	.057	.994	1.006
	Kemudahan Penggunaan	.534	.075	.676	7.154	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat bertransaksi secara online

C. Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Minat bertransaksi secara online



LAMPIRAN 7 : HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.448	3.255		2.903	.005		
	Pengetahuan	-.086	.092	-.089	-.936	.353	.994	1.006
	Kepercayaan	.172	.088	.184	1.943	.057	.994	1.006
	Kemudahan Penggunaan	.534	.075	.676	7.154	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat bertransaksi secara online

LAMPIRAN 8 : HASIL UJI HIPOTESIS

A. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.448	3.255		2.903	.005		
Pengetahuan	-.086	.092	-.089	-.936	.353	.994	1.006
Kepercayaan	.172	.088	.184	1.943	.057	.994	1.006
Kemudahan Penggunaan	.534	.075	.676	7.154	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara online

B. Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	76.970	3	25.657	18.668	.000 ^a
Residual	76.963	56	1.374		
Total	153.933	59			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara online

LAMPIRAN 9 : HASIL UJI KOEFISIENSI DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.473	1.172

c. Predictors: (Constant), kemudahan penggunaan, pengetahuan, kepercayaan

d. Dependent Variable: Minat nasabah bertransaksi secara online

LAMPIRAN 10 : TABEL T

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160
14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035
34	1,691	2,032
35	1,690	2,030
36	1,688	2,028
37	1,687	2,026
38	1,686	2,024
39	1,685	2,023
40	1,684	2,021
41	1,683	2,020
42	1,682	2,018
43	1,681	2,017
44	1,680	2,015
45	1,679	2,014
46	1,679	2,013
47	1,678	2,012
48	1,677	2,011
49	1,677	2,010
df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1,675	2,008

52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984

LAMPIRAN 11 : TABEL F

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$Df_2=(k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199,500	215.707	224,583	230,162	233.986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244

33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076

70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU

الجامعة الإسلامية الحكومية ذالو

STATE INSTITUTE FOR ISLAMIC STUDIES PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu, Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165
Website: www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 2722 / In.13 / F.IV / PP.00.9 / 06 / 2020

Palu, 10 Juni 2020

Sifat : Penting

Lampiran : -

Hal : : Izin Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan Bank Muamalat Cabang Palu
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama	: Besse Fina Kartika
NIM	: 16.2 19.0135
ETL	: matenning, 26 Februari, 1999
Semester	: VIII
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	: Perbankan Syariah
Alamat	: Jl. Tomboletutu

Bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi secara Online pada Muamalat Cabang Palu"**

Dosen Pembimbing :

1. H. Nurdin, S. Pd, M. S.Sos.Com, Ph. D.
2. Syaifulloh MS, S.Ag., M.Si.

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk mengadakan penelitian di Bank Muamalat Palu

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Terimakasih

Dekan,

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.
NIP. 19650505 199903 1 002

LAMPIRAN 13 : DOKUMENTASI PEMBAGIAN KUESIONER

1. Bank Muamalat Cabang Palu



2. Kampus IAIN Palu



3. Bank Muamalat Cabang Palu



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Besse Rina Kartika
TTL : Ranteanging, 26 Februari 1999
NIM : 16.3.15.0035
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Toduma, Desa Alewadeng, Kec. Sajoanging, Wajo.
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Facebook : Rina Kartika
E-mail : rinakartika711@gmail.com
No. Hp : 081297184066

B. Riwayat Pendidikan

SD : SDN 153 Alewadeng
SMP : SMPN 3 Sajoanging
: MTS Darul Ma'arif Nunbay
: MTS PP. An-Nahdlah UP
SMA : SMAN 15 Sajoanging, 2013-2016
S1 : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu 2020

