

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN
PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI NASABAH MENGGUNAKAN
APLIKASI
PEGADAIAN DIGITAL *SERVICE***



Oleh:

Anggam Dita Anggraini

NIM:210716116

Dosen Pembimbing:

Moh. Faizin, M.S.E

NIP.198406292018011001

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

2020

ABSTRAK

ANGGRAINI, ANGGAM DITA.2020. “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital *Service*.” Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Moh.Faizin,M.S.E.

Kata Kunci:Persepsi Kemudahan,Persepsi Kegunaan, Minat Bertransaksi

Aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) adalah satu fasilitas dalam bentuk digital yang dimiliki oleh PT. Pegadaian yang berbasis sistem dan *handphone*. Aplikasi PDS dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang ada di dalam aplikasi tersebut. Layanan baru ini menawarkan kemudahan bagi nasabah mulai dari melakukan pengajuan gadai atau pengajuan kredit mikro.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service* (2) pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service* (3) pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat bertansaksi menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*.

Jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif dengan kuesioner. Populasi pada penelitian ini berjumlah 1470 nasabah. Dan sampel yang digunakan 94 nasabah. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* tepatnya dengan *sampling purposive*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa uji analisis memberikan hasil sebagai berikut: (1) persepsi kemudahan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*, (2) persepsi kegunaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi pegadaian *digital Service*, (3) persepsi kemudahan (X1), persepsi kegunaan (X2), secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi
atas nama

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul Proposal
1	Anggam Dita Anggrain i	21071611 6	Ekonomi Syariah	PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGUNAKAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL <i>SERVICE</i>

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya
disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 17 September 2020



Mengetahui,
Ketua Jurusan

Unun Roudhotul Janah, M. Ag.
NIP.197507162005012004

Menyetujui,
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters, positioned above the name and NIP of the supervisor.

Moh. Faizin, M.S.E
NIP.198406292018011001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi
Kegunaan Terhadap Minat Bertransaksi
Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital
Service

Nama : Anggam Dita Anggraini

NIM : 210716116

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang :
Dr. Ely Masykuroh,SE.,M.Si. (.....)
NIP.107202111999032003

Penguji 1 :
Dr. Shinta Maharani,S.E.,M.Ak. (.....)
NIP. 197905252003122002

Penguji 2 :
Moh. Faizin,M.SE (.....)
NIP. 198406292018011001

Ponorogo, 2 November 2020

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP. 197207142000031005

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggam Dita Anggraini

NIM : 210716116

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital *Service*

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 02 November 2020



Anggam Dita Anggraini

NIM 210716116

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggam Dita Anggraini

NIM : 210716116

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 2 November 2020

Pembuat Pernyataan,



Anggam Dita Anggraini

NIM. 210716116

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan maupun non perbankan di era sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga ini menimbulkan bisnis perbankan dan non perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap perusahaan dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan bukan bank di Indonesia yang mempunyai kegiatan membiayai kebutuhan masyarakat baik bersifat produktif maupun konsumtif dengan menggunakan hukum gadai.

Persaingan bisnis menjadi semakin ketat dalam era globalisasi saat ini. Untuk memenangkan persaingan tersebut setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan nasabah, sehingga mampu memberikan kepuasan pada para nasabahnya.

Pegadaian adalah salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang diperuntukan bagi masyarakat luas berpenghasilan menengah ke bawah yang membutuhkan dana dalam waktu segera. Dana ini digunakan untuk membiayai kebutuhan tertentu terutama yang sangat mendesak, misalnya biaya pendidikan anak pada awal tahun pelajaran, biaya pulang mengunjungi keluarga yang terkena musibah, biaya

pengobatan anggota keluarga yang sakit, dan biaya menghadapi lebaran idul fitri.¹

Pegadaian harus selalu memantau kepuasan nasabah atau pelanggannya agar terjalin hubungan yang memuaskan pada kondisi pasar pembeli. Nasabah dapat memilih berbagai tawaran produk atau jasa. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang di kehendaki oleh nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi PT Pegadaian (Persero). PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun terletak dijalan Cokroaminoto No. 45 Kota Madiun.

PT. Pegadaian Cabang Madiun di pimpin oleh Bapak Barmo Wahyudiono selaku Pimpinan Cabang, di pegadaian ini melayani gadai bisnis, gadai emas, Kresna, emasku, gadai flexi, pembayaran tagihan listrik, PDAM, Telkom. Layanan produk di PT Pegadaian yang tersedia mulai dari investasi emas, cek harga emas pegadaian, tabungan emas, pendaftaran pegadaian digital *Service* atau pegadaian online, dan kredit cepat aman (KCA).

Dari tahun ke tahun Perum Pegadaian semakin menunjukkan peningkatan. Peningkatan ini disebabkan semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan Perum Pegadaian seiring dengan pembenahan internal perusahaan yang dilaksanakan secara terus menerus dalam rangka peningkatan pelayanan. Dalam perkembangannya, usaha pegadaian yang dilakukan oleh Perum Pegadaian belum dapat memberikan pelayanan secara maksimal kepada masyarakat.² Perum

¹ Dr. Mardani, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah* (Jakarta: Kencana, 2017), 171.

² Dr. Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*,(Jakarta:Prenadamedia Group, 2016),50.

Pegadaian, dalam rangka memperluas jangkauan pelayanan kepada masyarakat melalui pembukaan kantor-kantor cabang atau unit di lokasi yang membutuhkan dan memenuhi kelayakan usaha, serta mengupayakan pengembangan layanan produk-produk baru sesuai kebutuhan masyarakat dan pergerakan usaha para renternir dan pelepasan uang gelap.³

Tidak hanya perluasan jaringan berupa kantor cabang atau kantor daerah saja, namun Perum Pegadaian juga harus mengembangkan pelayanan maupun produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga dapat membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya, karena segala segala kegiatan dapat dilakukan dengan cepat kepada masyarakat juga dapat meningkatkan kinerja lembaga pegadaian. Salah satu upaya untuk memudahkan dan memenuhi kebutuhan nasabah PT. Pegadaian (Persero) ini dengan adanya Pegadaian Digital atau Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan salah satu layanan berbasis aplikasi yang membantu nasabah melakukan transaksi Gadai dan beragam transaksi lain melalui *smartphone*. Didalam *Mobileapps* tersebut terdapat berbagai produk seperti gadai online, gadai tabungan emas (GTE), pengajuan pembiayaan usaha mikro, pembelian (*TopUp*) tabungan emas, pembukaan rekening tabungan emas, fitur jual, transfer, dan cetak emas, pembayaran transaksi gadai (tebus, cicil, perpanjangan), transaksi pembayaran tagihan PLN, PDAM, pembayaran transaksi mikro (Kreasi, Krasida, Mulia, Emasku, dll), dan

³ Dr. Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 50.

fitur-fitur pembayaran lainnya. Selain itu untuk kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan aplikasi Pegadain Digital Service telah menyediakan fitur yang menggunakan metode bayar *virtual account* melalui Bank BRI, BCA, Mandiri, dan lain sebagainya. Nasabah dengan mudah bisa melakukan pembayaran semudah melakukan transfer Bank, dan dalam waktu dekat pihak Pegadaian akan menambah lagi beragam metode pembayaran di dalam aplikasi Pegadain Digital Service (PDS).

Aplikasi PDS bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Pegadaian Cabang Madiun khususnya. Jadi nasabah tidak perlu datang ke *outlet* pegadaian namun bisa bertransaksi langsung menggunakan aplikasi PDS tersebut dengan media *Smartphone*.⁴ Untuk pelayanan 1 nasabah kurang lebih membutuhkan waktu 40 menit sampai 1 jam di outlet Pegadaian Cabang Madiun. Hal tersebut dapat menyita waktu nasabah yang mana semestinya dalam kurun waktu tersebut nasabah dapat melakukan kegiatan atau pekerjaan lain. Dengan adanya sistem aplikasi PDS ini nasabah dapat memangkas waktu transaksi dengan lebih cepat dan dapat dilakukan dimana saja. Jadi dari berbagai ulasan teori dan kenyataan dilapangan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa aplikasi PDS ini dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Pegadaian lewat handphone dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.⁵

Dari teori persepsi kemudahan, nasabah dengan mudah memahami dan menggunakan aplikasi PDS, jadi nasabah tidak

⁵ Perum Pegadaian, *Laporan Tahunan Annual Report 2018 Menuju P(Era)n Baru* (Jakarta: Perum Pegadaian, 2018), 259.

mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi PDS. selain itu dari persepsi kegunaan di aplikasi PDS ini yaitu nasabah dapat meningkatkan kinerjanya, produktivitas, dan efektifitas karena penggunaan aplikasi PDS. hal tersebut berkaitan dengan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS untuk bertransaksi.

Minat perilaku (*Behavioral Intention to Use*) adalah suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku yang tertentu. Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut.⁶

Minat bertransaksi nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS dapat diukur menggunakan teori yang dapat menggambarkan sejauh mana tingkat penggunaan dan penerimaan terhadap suatu teknologi. Penelitian ini menggunakan teori TAM (*Technology Aceptance Model*) yang dikembangkan oleh Fred Davis, jadi dalam teori model TAM ini direkomendasikan sebagai variabel penelitian untuk menguji tentang penerimaan sebuah sistem/sistem informasi seperti sistem informasi Pegadaian Digital *Service* (PDS). Pada penelitian ini digunakan variabel Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan dimana kedua variabel tersebut berperan dalam mengukur bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi seperti aplikasi PDS. Model ini menggambarkan bahwa pengguna sistem informasi akan dipengaruhi oleh variabel manfaat (*usefulness*)

⁶ Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2007), 116.

dan variabel kemudahan pemakaian (*ease of use*). Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) merupakan sejauh mana interaksi individu dengan sistem informasi atau teknologi yang spesifik terlepas dari pengaruh psikologi.⁷ Indikator-indikator dari kemudahan yaitu mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektifitas, mempermudah pekerjaan, dan bermanfaat. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.⁸ Indikator dari persepsi kegunaan adalah mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil dan mutakhir, dan, mudah digunakan.⁹

Namun pada kenyataan di lapangan masih banyak nasabah yang lebih memilih datang langsung ke *outlet* dengan antrian yang sangat panjang dan lama. Selain kenyataan di PT. Pegadaian Madiun pengguna sistem informasi aplikasi PDS ini tergolong banyak yang berminat untuk menunduh aplikasi PDS, namun belum menggunakan aplikasi tersebut secara keseluruhan. Nasabah yang terdaftar sebagai user aktif dan bertransaksi melalui aplikasi PDS ini masih tergolong sedikit dari pada jumlah nasabah yang melakukan transaksi langsung di kantor Pegadaian cabang Madiun ini. Seperti data yang disajikan di PT. Pegadaian Cabang Madiun.

⁷ Widya Permana, *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data* (Malang: UB Press, 2012), 53.

⁸ Ibid, 52.

⁹ Wahyu Agus Winarno, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi IV* (1) (2017): 24–29.

Tabel 1.

Laporan User Pegadaian Digital, Per Tanggal : 30 April 2020

TARGET TAHUN 2020	TARGET BULAN INI	S/D BULAN LALU	S/D BULAN INI	PENCAPAIAN TAHUN INI %	PENCAPAIAN S/D BULAN INI %	USER PDS %
1.713,25	1.243,45	1.414	1470	85,80%	118,22%	11,40 %
1.713,25	1.243,45	1.414	1470	85,80%	118,22%	11,40 %

Sumber: Laporan User PT.Pegadaian (Persero) Cabang Madiun

Jadi dari tabel 1.1 bisa di simpulkan bahwa pada bulan Januari-April 2020 sebanyak Pegadaian Cabang Madiun dengan jumlah nasabah pengguna PDS sebanyak 1470, sementara target user pada tahun 2020 sebanyak 1713 nasabah. Dapat disimpulkan bahwa user PDS tahun 2020 hampir mencapai target yang telah ditetapkan di PT. Pegadaian Cabang Madiun nasabah telah terdaftar sebagai user Pegadaian Digital *Service* (PDS). Dari jumlah nasabah sebanyak 12.892 nasabah hanya 1140 atau 11,40% yang bertransaksi menggunakan aplikasi PDS ini.

Sementara itu pada bulan Maret dan April seperti diketahui bahwa terdapat pandemi Covid 19 yang mengharuskan semua masyarakat untuk tetap berada dirumah, sebagai bentuk pemutus mata rantai penyebaran virus Covid 19 ini. Hal tersebut yang mengharuskan nasabah untuk bekerja

dari rumah atau bertransaksi dengan pegadaian dari rumah melalui via handphone. Kantor pegadaian juga menghimbau bagi para nasabah untuk melakukan transaksi dari rumah melalui aplikasi PDS ini. Namun dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak nasabah yang belum menjadi user aktif dalam bertransaksi di Pegadaian Cabang Madiun.

Nasabah yang telah memiliki user PDS ini yang menjadi objek penelitian karena hal ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan dari aplikasi PDS ini untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Madiun. Apakah sesuai dengan keinginan nasabah, dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Madiun. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan membahas permasalahan sistem informasi Aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) dengan judul penelitian: “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Digital *Service*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service*?

2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service*?
3. Apakah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service*.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dan menambah pelengkap referensi yang berkaitan dengan sistem informasi, kemudahan, kegunaan, dan kepuasan nasabah di Pegadaian.

2. Secara Praktik

a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana mengungkapkan ide yang ada dalam kejadian yang ada di masyarakat atau nasabah.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian bisa dijadikan tambahan referensi apabila akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan yang ada dan bisa menjadi bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Instansi Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bisa membantu mengatasi masalah di Pegadaian khususnya pada sistem Informasi PDS.

BAB II

TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Pegadaian Digital *Service* (PDS)
 - a. Pengertian Pegadaian Digital *Service* (PDS)

Aplikasi pegadaian digital *Service* (PDS) adalah satu fasilitas dalam bentuk digital yang dimiliki oleh PT. Pegadaian yang berbasis sistem dan *handphone*. Aplikasi PDS dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang ada didalam aplikasi tersebut. Serta menggunakan *outstandingloan* (penyaluran pinjaman). Layanan baru ini menawarkan kemudahan bagi nasabah mulai dari melakukan pengajuan gadai atau pengajuan kredit mikro.¹Keunggulan dari aplikasi PDS ini diantaranya yaitu nasabah mendapatkan pelayanan lebih cepat yang sejajar dengan yang diberikan oleh pelayanan outlet pegadaian. Aplikasi PDS ini untuk memperluas target pasar sampai ke generasi milenial. Pengembangan *mobile application* Pegadaian digital telah dilakukan sejak akhir tahun 2017, dan mulai di *publish* ke masyarakat secara masif pada tahun 2018. Transaksi yang dapat dilayani melalui aplikasi ini meliputi *collection*, *payment* dan

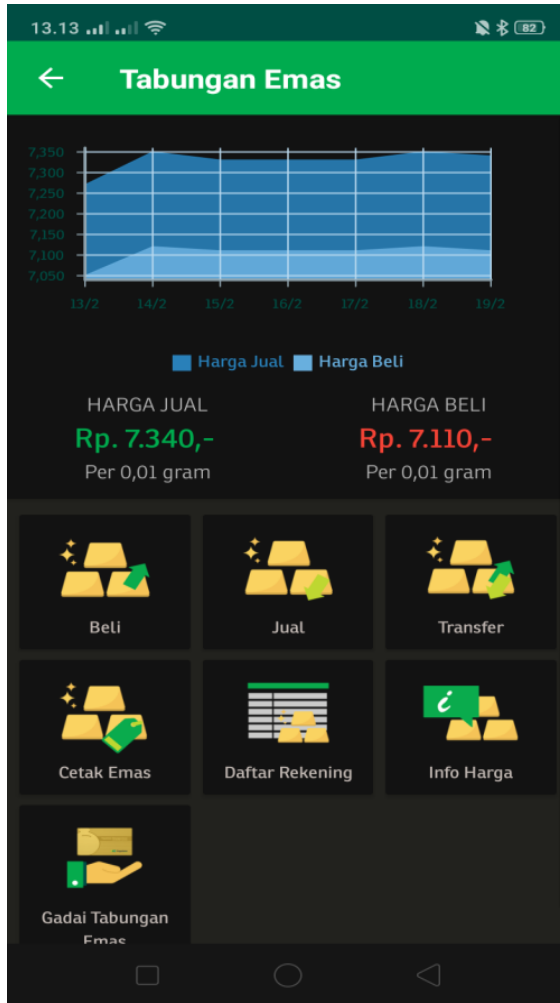
¹Perum Pegadaian, *Laporan Tahunan Annual Report* (Jakarta: Perum Pegadaian, 2018), 89.

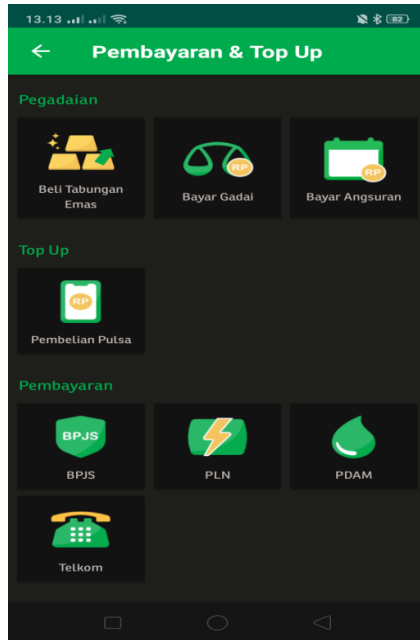
tabungan emas. Sampai saat ini aplikasi pegadaian digital telah diunduh lebih dari 500 ribu kali.²

Gambar 1. Tampilan Aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS)



² Pegadaian, *Laporan Tahunan Annual Report 2018 Menuju P(Era)n Baru*, 189.





Sumber: Aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS)

Gambar 1. berupa tampilan dari aplikasi PDS beserta dengan layanan-layanan yang ada di aplikasi PDS seperti Pembayaran & Top Up, Tabungan Emas, Cicil Emas, Gadai, Pembayaran, Emas, dan Cabang Pegadaian.

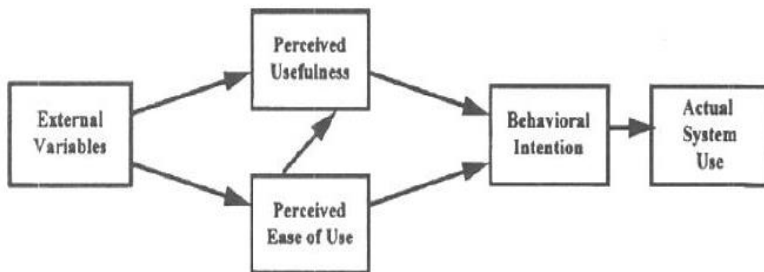
b. Produk-Produk Pegadaian Digital *Service* (PDS)

1. Emas mencakup Harga beli emas, harga jual emas, transfer, cetak emas, daftar rekening, info harga, dan gadai tabungan emas.
2. Gadai mencakup: *pickup & delivery Service*, *booking Service*, gadai tabungan emas, dan gadai efek.

3. Pembiayaan usaha mencakup: pengajuan pinjaman pembiayaan usaha anda dengan melengkapi data-data yang dibutuhkan (kebutuhan modal, jenis usaha, omset perbulan, dan laba perbulan).
4. Pembayaran dan *TopUp* mencakup: pembayaran dan pegadaian (beli tabungan emas, bayar gadai, bayar angsuran, BPJS, PLN, PDAM, dan Telkom). *TopUp* (pembelian pulsa).
5. Cicil Emas mencakup: cicil emas batangan ANTAM dan cicil emas batangan UBS.
6. Cabang Pegadaian yaitu untuk mempermudah nasabah dalam menemukan atau mencari outlet pegadaian di daerah nasabah tersebut.³

³ Perum Pegadaian, 191–92.

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*



Gambar 2.1 Konsep Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Sumber : Sistem Informasi Keperilakuan (Prof. Jogiyanto HM., Akt.,MBA., Ph.D.)

TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen (1975), dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Berikut adalah Konstruk-konstruk pada konsep model penerimaan tekhnologi (TAM):

- a. Kegunaan persepsian (*Perceived usefulness*)
- b. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*)
- c. Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) atau sikap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*)

- d. Minat perilaku (*behavioral intention*) atau minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*)¹⁰⁴
- e. Perilaku (*behavioral*) atau penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*)⁵

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. TAM diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diadopsi dari model *The Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishben dan Ajzen (1975), dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.⁶ TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaannya dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/*user* suatu sistem informasi.

Menurut Nugroho (2008), model teori TAM ini telah banyak digunakan untuk mengetahui reaksi pengguna terhadap

⁴ Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan*(ANDI Yogyakarta: Yogyakarta),100–101.

⁵ Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 113–14.

⁶ Endang Fatmawati, “Jurnal Iqra” 09 (2015): 115.

sistem informasi. TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor yang mempengaruhi mereka untuk bagaimana dan kapan menggunakan sistem tersebut khususnya dalam hal manfaat dan kemudahan.

3. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan persepsian didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁷ Definisi persepsi kemudahan oleh Davis yaitu suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau dengan kata lain teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Penggunaan teknologi informasi mempercayai bahwa teknologi informasi lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoperasiaanya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Kemudahan yang mengarah pada keyakinan individu bahwa pemakaian sistem tersebut tidak banyak memerlukan usaha. Faktor eksternal ini seperti pelengkap sistem yang dirancang untuk mempermudah penggunaan. Salah satu faktor yang menyebabkan pemakai menerima atau menolak sistem adalah keterkaitan dengan penggunaan sistem. Pengguna cenderung untuk menggunakan atau tidak suatu aplikasi yang dianggap sebagai sesuatu yang mereka yakini akan membantu kinerja mereka dalam melakukan pekerjaan.⁸

⁷ Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 115.

⁸ Ibid,117.

Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa aplikasi PDS ini lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh nasabah. Berdasarkan beberapa definisi tersebut,⁹ dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan dari aplikasi PDS ini mampu mengurangi usaha seseorang/nasabah baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu/nasabah yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna/nasabah dengan sistem aplikasi PDS maka akan menunjukkan kemudahan penggunaan. Jika aplikasi PDS ini sering digunakan maka PDS ini akan lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh nasabah. Berikut indikator-indikator dari persepsi kemudahan yaitu sebagai berikut:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (Jelas dan Mudah dipahami)
- b. Mudah dipelajari.
- c. Sistem mudah digunakan.
- d. Fleksibel

4. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.¹¹ Manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi dalam melaksanakan tugas. Seseorang atau nasabah akan menggunakan teknologi

⁹ Ibid,118.

¹¹ Ibid.,

informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan positif atas penggunaannya. Persepsi kegunaan merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna.¹²

Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa persepsi kegunaan dalam menggunakan sistem informasi merupakan pandangan subjektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh para nasabah dalam meningkatkan kinerjanya karena menggunakan sistem aplikasi PDS. Ketika nasabah telah menggunakan layanan aplikasi PDS berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan aplikasi PDS tersebut. Sikap positif untuk menggunakan aplikasi PDS timbul karena nasabah yakin bahwa aplikasi PDS dapat meningkatkan kinerja, produktifitas, dan efektifitas kinerja serta aplikasi PDS bermanfaat bagi nasabah. Oleh karena itu, persepsi kegunaan dari sistem aplikasi PDS mempengaruhi sikap dan tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi PDS itu sendiri. Indikator-indikator dari persepsi kegunaan yaitu sebagai berikut:

- a. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu.
- b. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktifitas individu.
- c. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu.
- d. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu.¹³

¹² Davis, F.D., *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and, User Acceptance of Information Technology*, 320-321.

¹³ *Ibid.*,

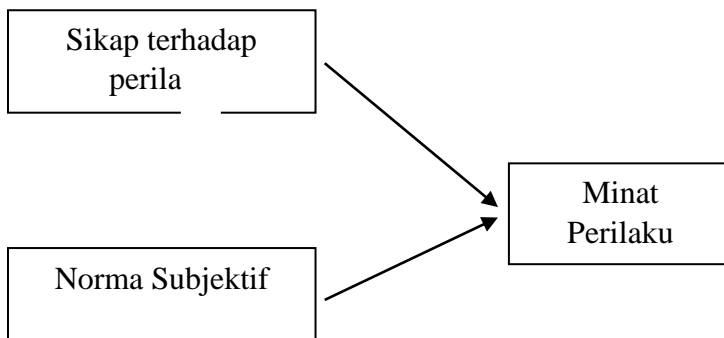
5. Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi PDS

a. Pengertian Minat Berperilaku

Menurut jogiyanto (2007) minat berperilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan perilaku.¹⁴ Ini berarti bahwa minat seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas atau kegiatan. Jadi seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas dan memperhatikan aktivitas itu pasti dilandasi dengan rasa senang dan apabila timbul rasa senang, maka seseorang akan secara konsisten menggunakannya dimasa yang akan datang.

Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi penilaian dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar yaitu sikap seseorang dikombinasikan dengan norma-norma subjektif akan membentuk minat perilakunya. Jika digambarkan hubungan antara sikap, norma-norma subjektif, dan minat perilaku tampak sebagai berikut:

¹⁴ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 29.



Gambar 3.1: Minat Perilaku¹⁵

Dari gambar 3.1 mengasumsikan bahwa kepentingan relatif dari sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) dan norma subyektif (*subjective norm*) tergantung sebagian dari minat yang sedang diinvestigasi.¹⁶ Penentu minat perilaku dengan beberapa faktor sebagai berikut:

- 1) Penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi
 Penentu ini adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki.
- 2) Penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial
 Penentu ini adalah norma subyektif. Disebut dengan norma subyektif karena berhubungan dengan normati persepsian, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan

¹⁵ Ibid,33.

¹⁶ Ibid,.

atau tindakan melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.¹⁷

Menurut Sudarsono, faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam. 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 untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana dia berada.
- 3) Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.¹⁸

Didalam penelitian ini penelitian ini termasuk golongan yang ketiga yaitu faktor emosional, sebab dalam suatu kegiatan atau objek tertentu. Kegiatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan minat bertransaksi menggunakan aplikasi *Pegadaian Digital Service (PDS)* dan objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berfokus pada *Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS)*.

¹⁷ Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 31.

¹⁸ *Ibid*, 32.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6, No. 1, 2015)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)	Penelitian tentang pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan. Menggunakan teori TAM	Menggunakan objek penelitian yaitu E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta.	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan dengan nilai thitung 9,842 dan signifikansi 0.000(kurang dari 0.05), variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan dengan nilai thitung 10.296

					<p>dan signifikansi 0.000(kurang dari 0.05), variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan dengan nilai thitung 8.537 dan signifikansi 0.000(kurang dari 0.05), variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan dengan nilai thitung 9.540 dan signifikansi 0.000(kurang dari 0.05).</p>
2	Nanik Ermawati dan Zamrud Mirah Delima	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan,	Menggunakan teori TAM untuk menguji pengaruh	Menggunakan objek penelitian yaitu E-Filling	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan

	(Jurnal Akuntansi Indonesia, Vol. 5, No. 2 Juli 2016)	dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing	persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan terhadap Minat wajib pajak menggunakan E-Filing		berpengaruh terhadap minat wajib pajak orang pribadi dalam menggunakan E-Filing, variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat wajib pajak dalam menggunakan E-Filing, dan variabel pengalaman berpengaruh terhadap minat wajib pajak menggunakan E-Filing.
3	Satria Hatma Hidayatullah (2016)	Pengaruh Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap	Menggunakan Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat terhadap minat menggunakan	Objek penelitiannya yaitu pengguna Internet Banking	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi resiko, dan kepercayaan

		Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i>	n teori TAM		berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking. Hubungan antara kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking.
4	Anis Fakrunisa, Endang Siti Astuti, Dan Heru Susilo	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Sikap Pengguna Terhadap Minat Menggunakan Internet	Penelitian tentang pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan teori TAM	Objek penelitian yaitu pada pengguna internet.	Hasil penelitian ini mendukung teori TAM dimana persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan

					terhadap minat perilaku, dan sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku.
5	Dwimastia Harlan	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta	Penelitian tentang pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan. Menggunakan teori TAM	Menggunakan objek penelitian yaitu E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan E-Banking pada UMKM di Yogyakarta. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan E-Banking pada

					UMKM di Kota Yogyakarta dan terdapat pengaruh negatif dan signifikan risiko persepsian terhadap minat menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta.
6	Rr. Selli Nisrina Faradila, Harry Soesanto (Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi 13, 2016)	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening	Penelitian tentang pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan. Menggunakan teori TAM	Pada variabel kepercayaan sebagai variabel intervening	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan. H3: Persepsi Kemudahan penggunaan

					berpengaruh positif terhadap minat beli. H4: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat beli. H5: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli.
7	Rezza Resita Himawati (2018)	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Sikap Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat atau menggunakan teori TAM	Objek penelitian yaitu pengguna mobile banking.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat, dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil uji <i>path analysis</i> sikap tidak berpengaruh sebagai variabel mediasi antara

					persepsi manfaat terhadap minat.
8	Elis Lestari (2019)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, <i>Computer Self Efficacy</i> , <i>Facilitating Conditions</i> Dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Software Zahir	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat atau menggunakan teori TAM	Objek penelitiannya yaitu pada pengguna Software Zahir	Berdasarkan hasil penelitian bahwa persepsi kebermanfaatan, computer <i>self efficacy</i> dan pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>software</i> zahir. Sedangkan variabel persepsi kemudahan penggunaan dan <i>facilitating conditions</i> tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>software</i> zahir.

9	Edy Susanto dan Nurinayah Jimad (Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban Vol. V, No. 1 Juni 2019)	Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Accetance Model (TAM) Terhadap Penggunaan E-Filling	Menggunakan teori TAM untuk menguji pengaruh persepsi penggunaan E-Filling	Menggunakan objek penelitian yaitu E-Filling	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan TAM berpengaruh signifikan terhadap penggunaan E-Filling, variabel persepsi kemudahan TAM berpengaruh signifikan terhadap penggunaan E-Filling, dan variabel sikap TAM berpengaruh signifikan terhadap penggunaan E-Filling.
10	Priestiani Putri Rahayu (2019)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan,	Penelitian tentang pengaruh Persepsi Kemanfaata	Menggunakan objek penelitian yaitu Mobile	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (X1)

	Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)	n terhadap Minat Menggunakan an. Menggunakan an teori TAM	Banking studi pada Mahasiswa a di Kota Yogyakarta	berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y), Persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking (Y)
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

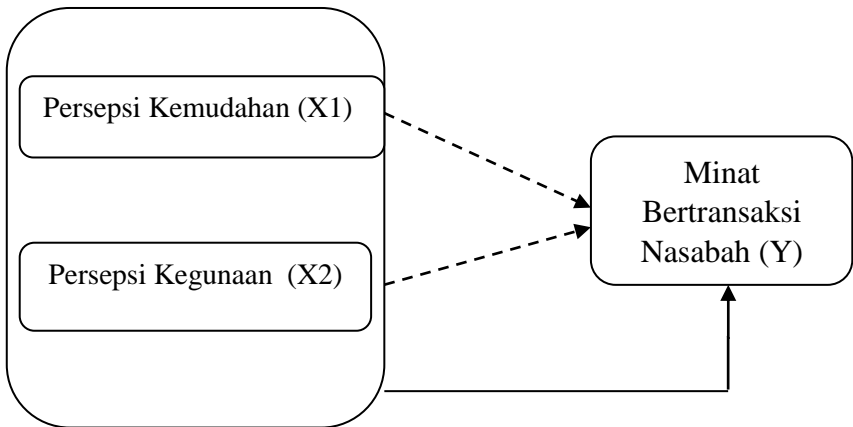
C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktoryang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.¹⁸ Konsep penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen atau biasa disebut sebagai variabel bebas adalah variabel yang bergerak baik dalam diri individu atau yang berada di lingkungan yang mempengaruhi suatu perilaku. Sedangkan variabel dependen

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Method)* (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 93.

adalah faktor yang diamati dan diukur untuk menentukan efek variabel independen.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X1), persepsi kegunaan (X2). Sedangkan, variabel dependennya adalah Minat Bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y). Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Keterangan:

-----> = uji parsial (t)

————> = uji simultan (F)

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah

dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.¹⁹

Berdasarkan kerangka berpikir di atas maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1a : Terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan (X1) terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

H1o : Tidak Terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan (X1) terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

H2a : Terdapat pengaruh signifikan persepsi kegunaan (X2) terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

H2o : Tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi kegunaan (X2) terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 96.

sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

H3a : Terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan (X1), dan persepsi kegunaan (X2) secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

H3o : Tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi kemudahan (X1), dan persepsi kegunaan (X2) secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan sistem informasi aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian lapangan yang data dan informasinya didapat dari kegiatan di lapangan tempat penelitian. Pola penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional merupakan suatu tipe penelitian yang melihat hubungan antara satu atau beberapa ubahan dengan satu atau beberapa ubahan lain.¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan untuk menguji teori objektif dengan memeriksa hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini umumnya dapat diukur pada instrumen, sehingga data yang berupa angka dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik.²

¹ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2016), 64.

² Jhon W Creswell, "Reserch Design:Qualitative, Quantitative, and Mixed, Methods Approaches," *Canadian Juornal Of University Continuing Education*, 2, 35 (2009): 145.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian akan dilakukan dengan perincian waktu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Bulan				
		Desember	Februari	Maret	April	Juni
1	Persiapan Proposal Penelitian					
2	Pengumpulan Data					
3	Pembagian Kuesioner					
4	Pengolahan Data					
5	Penulisan Skripsi					

2. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini di wilayah Kabupaten Madiun dan Kota Madiun yang menjadi nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun. Bertempat di Jalan Cokroaminoto No.45 Madiun. Untuk pengisian kuesioner kepada nasabah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun tersebut disebarakan menggunakan *google form*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah Nasabah yang telah mempunyai user di Aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun sebanyak 1.470 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Cara pengambilan sampel berpedoman pada teknik Slovin, untuk tingkat kesalahan 10%.⁴ Rumus untuk menghitung dari populasi yang diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut⁵:

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

³ Sandi Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Sleman: Literasi Media Publising, 2015), 63.

⁴ Sugiyono Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 86.

⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 180.

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = taraf

Sehingga jumlah sampel yang diteliti berjumlah:

$$\begin{aligned}n &= \frac{1470}{1+(1470.0,1^2)} \\&= \frac{1470}{1+(1470.0,01)} \\&= \frac{1470}{1+14,7} \\&= \frac{1470}{15,7} \\&= 93,630 \\&= 94 \text{ orang}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas penulis menetapkan sampel sebanyak 94 orang dari jumlah nasabah Pegadaian Cabang madiun yang telah memiliki aplikasi PDS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *Nonprobability sampling* tepatnya *Sampling Purposive*. *Nonprobability sampling* adalah suatu teknik sampling yang memberikan peluang atau kesempatan yang tidak sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota

sampel.⁶ Sampling *Porpusive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dalam penelitian ini adalah responden yang telah memiliki atau terdaftar sebagai user Pegadaian Digital *Service* (PDS).

D. Variabel dan Indikator

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap obyek atau keinginan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷ Dalam penelitian ini ada beberapa variabel, meliputi variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi (X) dan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi (Y). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu Persepsi Kemudahan (X1) dan Persepsi Kegunaan (X2). Sedangkan, variabel dependen yaitu minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) (Y).

2. Indikator

Indikator yaitu bagaimana menentukan parameter untuk mengukur variabel. Pada intinya indikator berfungsi

⁶ Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, 65.

⁷ Iwan Hermawan, *Metodologi Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Mixed Method* (Kuningan: Hidayatul Quran, 2019), 52.

sepenuhnya untuk mendeteksi variabel yang akan diukur, tetapi perlu diingat bahwa indikator hanya muncul dari konsep variabel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.⁸

Adapun indikator pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Soal
1.	Persepsi Kemudahan (X1)	1) Jelas dan Mudah dipahami 2) Mudah dipelajari. 3) Sistem mudah digunakan. 4) Fleksibel (Davis, 2000)	1-2 2-4 5-6 7-8
2	Persepsi Kegunaan (X2)	1) Mempercepat pekerjaan 2) Meningkatkan produktivitas 3) Meningkatkan	9-10 11-12 13-14

⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2017), 103.

		Efektifitas dan Kinerja 4) Sistem Bermanfaat (Davis, 2000)	15-16
3	Minat Bertransaksi Nasabah menggunakan aplikasi PDS (Y)	1) Keinginan untuk menggunakan 2) Selalu mencoba menggunakan 3) Berlanjut dimasa yang akan datang (Jogiyanto, 2007)	17-18 19-20 21-22

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Metode angket (kuesioner)

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden.⁸

2. Skala pengukuran

Skala pengukuran kuesioner merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan seberapa panjang interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (angka asli).⁹ Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan untuk pengukuran kuesioner adalah pendekatan dengan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁰ Pada penelitian ini memberikan lima alternatif jawaban kepada responden, skala yang digunakan 1-5 penetaan sebagai berikut¹¹:

SS	: Sangat Setuju (5)
S	: Setuju (4)
N	: Netral (3)
TS	: Tidak Setuju (2)
STS	: Sangat Tidak Setuju (1)

F. Teknik Analisis Data

1. Validitas

⁸ V. Winarta Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015), 94.

⁹ Sujarweni, 103.

¹⁰ Sujarweni, 104.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 93.

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan dan validnya suatu instrumen. Instrumen yang valid memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang tidak valid memiliki validitas yang rendah. Suatu instrumen dinyatakan valid jika mampu mengukur sesuatu yang diinginkan. Suatu instrumen dinyatakan valid jika mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.¹² Uji validitas menggunakan teknik korelasi product moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan¹³:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah sampel

X = Nilai variabel X

Y = Nilai variabel Y

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Dalam menentukan nomor-nomor yang valid

¹² Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 211.

¹³ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 108.

dan gugur, dapat dilihat dengan tabel *r product moment*. Kriteria penelitian uji validitas adalah¹⁴:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Realibilitas

Realibilitas adalah keajegan (konsistensi) bila mana tes jika diuji berkali-kali hasilnya relatif sama, artinya setelah hasil tes yang pertama dengan tes yang berikutnya dikorelasikan terdapat hasil korelasi yang signifikan.¹⁵ Adapun untuk memperoleh indeksrealibilitas mnggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau yang mengukur korelasi antara jawaban pernyataan SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan menguji statistik *Cronbach Alpha* (α). Variabel dikatakan *reliable* jika dapat memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 dan ini disesuaikan dengan yang dikemukakan oleh Triono jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *Alpha* dapat diintegrasikan sebagai berikut¹⁶:

- a. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang

reliable

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 178.

¹⁵ Febri Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)* (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017), 140.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 121.

- b. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak *reliable*
- c. Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup *reliable*
- d. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti *reliable*
- e. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1.00 berarti sangat *reliable*

Langkah-langkah untuk mencari nilai reliabilitas dilakukan dengan rumus:

$$r\left[\frac{K}{(K-1)}\right]\left[1\frac{\sum\sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

Keterangan:

r = Koefisien reabilitas instrumen (*Cronbach Alpha*)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum\sigma_b^2$ = Total varian butir

σ_t^2 = total varian

3. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametik.¹⁷ Uji statistik yang populer digunakan untuk menguji normalitas yaitu *uji Kolmogorov Smirnov*. Hipotesis yang digunakan pada uji normalitas ini adalah:

Ho: residual berdistribusi normal

H1: residual tidak berdistribusi normal

Jika signifikan (P-value) $> 0,05$ maka Ho diterima yang artinya normalitas terpenuhi.¹⁸

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah masing-masing data variabel X cenderung membentuk garis linier terhadap variabel Y. Hipotesis yang dibentuk untuk persyaratan uji linieritas adalah¹⁹:

Ho: sebaran data variabel bebas membentuk garis linier terhadap variabel terikat.

H1: sebaran variabel tidak bebas membentuk garis linier terhadap variabel terikat.

¹⁷ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 120.

¹⁸ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametik Dalam Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Felicha, 2016), 38.

¹⁹ Santoso Santoso, *Statistika Hospital Edisi Revisi* (Sleman: Deepublish(Grup Penerbit CV Budi Utama), 2012), 38.

Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari tingkat signifikansi atau dengan membandingkan F hitung pada kolom *linierity* dengan F tabel. Rumus persamaan uji linieritas adalah sebagai berikut:

$$FRreg = Fkreg / Rkres$$

c. Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu suatu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Waston dengan kriteria jika²⁰:

- 1) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W diantara -2 dan 2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga menghindari

²⁰ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 159.

kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.²¹

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat pada pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.²²

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua variabel atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.²³ Variabel independen terdiri persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan, sedangkan variabel dependennya adalah minat bertransaksi

²¹ Ibid, 158–59.

²² Ibid, 159–60.

²³ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 129–30.

menggunakan aplikasi *Pegadaian Digital Service* (PDS). Analisis regresi yang juga digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, modelnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = minat bertransaksi menggunakan aplikasi PDS

X1 = persepsi kemudahan

X2 = persepsi kegunaan

b1 = koefisien persepsi kemudahan

b2 = koefisien persepsi kegunaan

a = konstanta

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi persial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen

(X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut²⁴:

1) Cara pertama

a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

b) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

2) Cara kedua

a) Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

b) Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).

Langkah-langkah pengujian pada uji F adalah sebagai berikut²⁵:

1) Cara pertama

a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

b) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

2) Cara kedua

a) $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

b) $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

²⁴ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 161–62.

²⁵ *Ibid*, 162–63.

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.²⁶

²⁶Ibid.,

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Pegadaian (Persero) didirikan dengan Akta Perseroan Terbatas Perusahaan Perseroan (Persero) PT Pegadaian No. 01 tanggal 1 April 2012 dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan, SH, MKn, Notaris di Jakarta Selatan 9Akta No.01), yang telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. AHU-0029230.AH.01.01. Tanggal 4 April 2012, didaftarkan di dalam register pada Kantor Pengadilan Negeri Jakarta Selatan NO. AHU-0029230. AH.01.09 Tahun 2012 tanggal 04 April 2012. Anggaran dasar Pegadaian telah mengalami perubahan, dengan perubahan terakhir dengan Akta No 06 tanggal 25 Juni 2014 yang dibuat dihadapan Nanda Fauz Iwan,SH,MKn, Notaris di Jakarta Selatan.¹

Aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS) adalah salah satu fasilitas dalam bentuk digital yang dimiliki oleh PT. Pegadaian yang berbasis sistem dan *handphone*. Aplikasi PDS dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang ada di aplikasi tersebut. Layanan aplikasi PDS ini menawarkan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi di Pegadaian melalui *handphone*.²

¹ Perum Pegadaian, *Laporan Tahunan Annual Report* (Jakarta: Perum Pegadaian, 2018),13.

² *Ibid*, 14.

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

2. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan dan validnya suatu instrumen. Instrumen yang valid memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang tidak valid memiliki validitas yang rendah. Suatu instrumen dinyatakan valid jika mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.³ validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner) dalam melakukan fungsi alat ukurnya.⁴ Suatu butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari tiap butir pernyataan r hitung tersebut lebih besar dari r tabel. Pada penelitian ini menggunakan 30 hasil angket dari 94 hasil angket untuj diuji validitas dan didapati dengan nilai r tabel sebesar 0,361.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel Persepsi Kemudahan (X1)					
No.	Pernyataan	R.Hitung	R.Tabel	Sig	Keputusan
1	X1.1	0,776	0,361	0,000	Valid
2	X1.2	0,878	0,361	0,000	Valid
3	X1.3	0,773	0,361	0,000	Valid
4	X1.4	0,733	0,361	0,000	Valid
5	X1.5	0,786	0,361	0,000	Valid
6	X1.6	0,763	0,361	0,000	Valid

³ Endra, *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*, 140.

⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52.

7	X1.7	0,896	0,361	0,000	Valid
8	X1.8	0,830	0,361	0,000	Valid

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Variabel Persepsi Kegunaan (X2)					
No.	Pernyataan	R.Hitung	R.Tabel	Sig	Keputusan
1	X2.1	0,764	0,361	0,000	Valid
2	X2.2	0,702	0,361	0,000	Valid
3	X2.3	0,651	0,361	0,000	Valid
4	X2.4	0,864	0,361	0,000	Valid
5	X2.5	0,879	0,361	0,000	Valid
6	X2.6	0,848	0,361	0,000	Valid
7	X2.7	0,785	0,361	0,000	Valid
8	X2.8	0,749	0,361	0,000	Valid

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Variabel Minat Bertransaksi menggunakan Aplikasi PDS (X1)					
No.	Pernyataan	R.Hitung	R.Tabel	Sig	Keputusan
1	Y.1	0,801	0,361	0,000	Valid
2	Y.2	0,776	0,361	0,000	Valid
3	Y.3	0,877	0,361	0,000	Valid
4	Y.4	0,882	0,361	0,000	Valid
5	Y.5	0,872	0,361	0,000	Valid
6	Y.6	0,866	0,361	0,000	Valid

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari 22 butir pernyataan yang diberikan kepada 94 responden memiliki nilai r hitung yang

lebih besar dari r tabel yang berarti semua item pernyataan dinyatakan valid.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan (konsistensi) bila mana tes jika diuji berkali-kali hasilnya relatif sama, artinya setelah hasil tes yang pertama dengan tes yang berikutnya dikorelasikan terdapat hasil korelasi yang signifikan.⁵ Variabel *reliable* jika dapat memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel penelitian.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabel	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0,920	0,60	Reliabel
2	Persepsi Kegunaan (X2)	0,906	0,60	Reliabel
3	Minat Bertransaksi menggunakan aplikasi PDS (Y)	0,921	0,60	Reliabel

(Data primer, 19 Agustus 2020)

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 121.

Berdasarkan tabel 4.2 hasil keseluruhan uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang artinya item pernyataan pada kuesioner penelitian dianggap reliabel atau layak.

C. Hasil Pengujian Deskripsi

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Sebelum melakukan penelitian peneliti terlebih dahulu mengemukakan gambaran karakteristik responden yang dijadikan sampel pada penelitian. Karakteristik pada penelitian ini meliputi: alamat dan produk yang digunakan oleh nasabah saat ini. Berdasarkan tanggapan responden dari kuesioner yang terkumpul dapat diperoleh identifikasi karakteristik responden sebagai berikut:

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
	Nominal	%
Laki-laki	31	32,3%
Perempuan	65	67,7%

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang (32,3%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang (67,7%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan jenis kelamin perempuan yakni 65 orang (67,7%).

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis produk pegadaian

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan jenis produk pegadaian

Jenis Produk Pegadaian	Jumlah Responden	
	Nominal	%
Arrum Haji	5	5,2%
Gadai	19	19,8%
Kredit Cepat Aman	6	6,2%
PDS	9	9,4%
Tabungan Emas	57	59,4

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden dengan jenis produk pegadaian Arrum Haji sebanyak 5 orang (5,2%), Gadai sebanyak 19 orang (19,8%), Kredit Cepat Aman sebanyak 6 orang (6,2%), Pegadaian *Digital Service* sebanyak

9 orang (9,4%) dan responden dengan jenis produk pegadaian Tabungan Emas sebanyak 57 orang (59,4%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan jenis produk pegadaian Tabungan Emas yakni 57 orang (59,4%).

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametrik.⁶ Jika signifikan (*P-value*) > 0,05 maka H_0 diterima yang artinya normalitas terpenuhi.⁷ Berikut ini adalah hasil uji normalitas pada variabel penelitian.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,06500518
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,110
	Negative	,110
		-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		1,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,207

⁶ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 120.

⁷ Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 38.

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
(Data primer, 19 Agustus 2020)

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal dan bernilai signifikan, karena nilai hasil pengujian sebesar 0,207 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah masing-masing data variabel X cenderung membentuk garis linier terhadap variabel Y.⁸Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat dari tingkat signifikansi atau dengan membandingkan F hitung pada kolom *linierity* dengan F tabel.⁹

Berikut ini adalah hasil uji linieritas pada variabel penelitian.

Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas X1

No.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Persepsi Kemudahan (X1)	0,00	Linier

⁸ Santoso, *Statistika Hospital Edisi Revisi*, 188.

⁹ *Ibid*, 188.

Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas X2

No.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan (X2)	0,00	Linier

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Pada persamaan antara persepsi kemudahan dengan minat bertransaksi menggunakan aplikasi PDS di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian, Ho ditolak dan H1 diterima. Artinya persamaan antara persepsi kemudahan dengan minat bertransaksi menggunakan aplikasi Pegadaian Digital *Service* linier.
- b. Pada persamaan antara persepsi kegunaan dengan minat bertransaksi menggunakan aplikasi PDS di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian, Ho ditolak dan H1 diterima. Artinya persamaan antara persepsi kegunaan dengan minat bertransaksi menggunakan aplikasi Pegadaian Digital *Service* linier.

3. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu suatu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dapat dilihat menggunakan nilai Durbin Waston.¹⁰ Berikut ini adalah hasil uji autokorelasi pada variabel penelitian.

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,777 ^a	,603	,594	2,08757	1,744

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	Du	4-dU	
1,744	1,7078	2,2922	Tidak ada autokorelasi

(Data primer, 19 Agustus 2020)

¹⁰ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 159.

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan nilai Durbin watson yang diperoleh adalah sebesar 1,744. Dimana terletak diantara dU dan nilai 4-dU sehingga Ho diterima. Artinya tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi terpenuhi.

4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.¹¹

Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas pada variabel penelitian.

¹¹ Ibid,158–59.

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,491	1,888		1,320	,190		
1 X1	,362	,099	,434	3,646	,000	,308	3,245
X2	,309	,097	,378	3,175	,002	,308	3,245

a. Dependent Variable: Y

(Data primer, 19 Agustus 2020)

Dari tabel 4.9 nilai VIF persepsi kemudahan (X1) sebesar 3,245 dan persepsi kegunaan (X2) sebesar 3,245. Kedua variabel tersebut semuanya memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian Ho diterima dan H1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain.¹²

Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,453	1,340		1,831	,070
X1	-,106	,071	-,280	-1,503	,136
X2	,072	,069	,194	1,043	,300

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Data primer, 20 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.10 dari kedua variabel independen (persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan) diperoleh nilai sig lebih dari 0,05. Dengan demikian Ho diterima dan H1 ditolak. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji dapat dilanjutkan.

¹² Ibid, 159–60.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh dua variabel atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.¹³ Analisis regresi yang juga digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam uji regresi linier berganda modelnya adalah:

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

Keterangan:

Y = Minat bertransaksi

X1 = Persepsi kemudahan

X2 = Persepsi kegunaan

b1 = Koefisien Persepsi kemudahan

b2 = Koefisien Persepsi kegunaan

a = Konstanta

e = Standar error

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,491	1,888		1,320	,190
X1	,362	,099	,434	3,646	,000
X2	,309	,097	,378	3,175	,002

¹³ Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 129–30.

a. Dependent Variable: Y

(Data primer, 20 Agustus 2020)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda di atas model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,491 + 0,362X_1 + 0,309X_2$$

Hasil persamaan regresi linier berganda di atas memberikan pengertian sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 2,491 artinya bahwa sebelum dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yaitu minat bertransaksi nasabah mempunyai nilai positif.
2. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,362 artinya bahwa sebelum dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yaitu minat bertransaksi mempunyai nilai positif.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kegunaan sebesar 0,309 artinya bahwa sebelum dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yaitu minat bertransaksi mempunyai nilai positif.

F. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut.¹⁴ Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat

¹⁴ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 161–162.

dari tingkat signifikansi atau dengan membandingkan F hitung dengan F tabel.

Tabel 4.12 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,491	1,888		1,320	,190
1 X1	,362	,099	,434	3,646	,000
X2	,309	,097	,378	3,175	,002

a. Dependent Variable: Y

(Data primer, 20 Agustus 2020)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel sebagai berikut:

a. Pengaruh persepsi kemudahan (X1) terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi PDS (Y)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 3,646 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari maka t tabel sebesar 1,98580 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel persepsi kemudahan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah (Y) menggunakan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.

b. Pengaruh persepsi kegunaan (X2) terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi PDS (Y)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 3,175 dengan nilai sig 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,98580 dan nilai sig 0,05 ($0,002 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya variabel persepsi kegunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah (Y) menggunakan aplikasi Pegadaian Digital *Service*.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1 ,X2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y).¹⁵

Tabel 4.13 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	602,829	2	301,415	69,164	,000 ^b
Residual	396,575	91	4,358		
Total	999,404	93			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

(Data primer, 20 Agustus 2020)

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai F hitung sebesar 69,164 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa

¹⁵ Ibid,162–63.

nilai F hitung lebih besar dari F tabel F tabel sebesar 3,10 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya persepsi kemudahan (X1) dan persepsi kegunaan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi Pegadaian Digital *Service*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.¹⁶

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,777 ^a	,603	,594	2,08757	1.920

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

(Data primer, 20 Agustus 2020)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,603 atau (60,3%). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh bersama-sama terhadap minat bertransaksi nasabah

¹⁶ Ibid.,

menggunakan aplikasi *Pegadaian Digital Service* sebesar 60,3% . sedangkan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

G. Pembahasan

a. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*

Hasil penelitian ini diperoleh variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Pernyataan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun indikator persepsi kemudahan berupa jelas dan mudah dipahami, mudah dipelajari, sistem mudah digunakan, dan fleksibel.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai persepsi kemudahan (X_1) sebesar 3,646 sedangkan t tabel sebesar 1,98580 maka nilai t hitung $>$ t tabel. Sementara, nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05. Artinya, variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*.

Dengan adanya persepsi kemudahan penggunaan dari sistem aplikasi *Pegadaian Digital Service* (PDS) merupakan strategi untuk meningkatkan minat bertransaksi nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS. Dengan adanya persepsi kemudahan penggunaan aplikasi PDS ini nasabah dapat dengan

mudah bertransaksi di Pegadaian dengan menggunakan aplikasi Pegadaian Digital *Service* (PDS).

Hal ini sesuai dengan teori persepsi kemudahan menurut Jogiyanto bahwa pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik sistem itu mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Selain itu menurut Mathieson adalah apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel persepsi kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. Dengan demikian, seseorang yang menggunakan satu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Menurut Jogiyanto persepsi kemudahan adalah suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Priestiani Putri Rahayu (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y). Rezza Resita Himawati (2018) dengan

judul “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening”. Menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Reza Ramadhan (2016) dengan judul “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Mandiri Surabaya”. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dengan niat menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Elis Lestari (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, *Computer Self Efficacy*, *Facilitating Conditions* Dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Software Zahir” (Studi Pada Usaha Dagang Di Kabupaten Sukoharjo). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan p -value lebih besar dari α maka H_1 ditolak. Jadi tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan software zahir pada karyawan bagian akuntansi perusahaan dagang di wilayah Kabupaten Sukoharjo. Anik Susanti (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi resiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*”. Menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BRI Syariah Kantor Wilayah Yogyakarta. Maria Tika Sanjani (2019) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi

Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*". Menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan atau berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.

b. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*

Hasil penelitian ini diperoleh variabel persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Pernyataan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun indikator persepsi kegunaan berupa mempercepat pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas dan kinerja, dan sistem bermanfaat.

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai persepsi kemudahan (X_1) sebesar 3,175 sedangkan t tabel sebesar 1,98580 maka nilai t hitung $>$ t tabel. Sementara, nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05. Artinya, variabel persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*.

Adanya persepsi kegunaan dalam menggunakan sistem informasi aplikasi PDS ini merupakan pandangan subjektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh yang diperoleh para nasabah dalam mengingatkan kinerjanya karena menggunakan aplikasi PDS ini. Semakin tinggi kegunaan aplikasi PDS ini bagi nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk bertransaksi menggunakan aplikasi PDS.

Hal ini sesuai dengan teori Davis dkk yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan sebagai konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Dan juga didukung oleh teori Wallace persepsi kegunaan menjelaskan tingkat keyakinan seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi yang mana teknologi tersebut dapat memaksimalkan pekerjaan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Elis Lestari (2019), dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, *Computer Self Efficacy*, *Facilitating Conditions* Dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Software Zahir”. Berdasarkan hasil penelitian bahwa persepsi kebermanfaatan, *computer self efficacy* dan pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap minat menggunakan *software* zahir. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,050 > 1,986$) maka H2 diterima yang berarti bahwa persepsi kegunaan/kebermanfaatan berpengaruh signifikan. Yaufi Andriyano dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel” menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kegunaan dengan minat menggunakan rekening ponsel. Priestiani Putri Rahayu (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan

bahwa persepsi kegunaan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y).

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Rezza Resita Himawati (2018) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening”. Menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Anik Susanti (2015) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi resiko Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*”. Menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BRI Syariah Kantor Wilayah Yogyakarta.

c. Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital Service

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat secara simultan (bersama-sama) antara persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service* (PDS) di PT. Dibuktikan dengan *R Square* sebesar 0,603.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah karena dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Pegadaian dengan menggunakan aplikasi PDS, tidak harus datang langsung ke Kantor namun bisa dilakukan dirumah atau dimana saja.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Davis bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan merupakan faktor-faktor diterimanya suatu sistem informasi agar pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Satria Hatma Hidayatullah (2016), dengan judul “Pengaruh Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking. Hubungan antara kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan internet banking. Yaufi Andriyano dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermafaatan, Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel” menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kegunaan dan persepsi kebermafaatan dengan minat menggunakan rekening ponsel. Priestiani Putri Rahayu (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Hal ini dapat dilihat dari diperoleh t hitung sebesar 3,646 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1,66177 nilai sig lebih kecil dari pada 0,05.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Hal ini dapat dilihat dari diperoleh t hitung sebesar 3,175 dengan nilai sig 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel 1,66177 nilai sig lebih kecil dari pada 0,05.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (F) menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service*. Hal ini

dapat dilihat dari perolehan f hitung 69,164 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel 3,10 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Sedangkan, koefisien determinasi R^2 sebesar 0,603 atau (60,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen sebesar 60,3%. Sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka penulis dapat memberikan saran antara lain sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel lain diluar variabel persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan untuk mengetahui minat bertransaksi nasabah menggunakan aplikasi pegadaian digital *Service* (PDS). Selain itu, peneliti selanjutnya bisa menggunakan metode lain diluar TAM seperti UTAUT, TPB, dan yang lainnya.
2. Bagi perusahaan khususnya PT. Pegadaian , penelitian ini bisa menjadi rekomendasi untuk melakukan evaluasi implementasi aplikasi pegadaian digital *Service* (PDS) di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Madiun sehingga banyak nasabah yang dapat mengakses dan menggunakan aplikasi PDS ini dengan baik dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.

Creswell, Jhon W. "Reserch Design:Qualitative, Quantitative, and Mixed, Methods Approaches." *Canadian Juornal Of University Continuing Education*, 2, 35 (2009): 145.

Darmadi, *Pengembangan Model Dan Metode Pembelajaran Dalam Dinamika Belajar Siswa*. Sleman: CV Budi Utama, 2017.

Djamarah, Syaiful Bahri. *Psikologi Belajar*. Jakarta:PT Rineka Cipta,2008.

Endra, Febri. *Pengantar Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2017.

Fatmawati, Endang. “Jurnal Iqra” 09 (2015): 4–5.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

Hermawan, Iwan. *Metodologi Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Mixed Method*. Kuningan: Hidayatul Quran, 2019.

HM, Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2007.

Mardani, Dr. *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*. Jakarta: Kencana, 2017.

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Mulazid, Dr. Ade Sofyan. *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.

Pegadaian, Perum. *Laporan Tahunan Annual Report*. Jakarta: Perum Pegadaian, 2018.

Laporan Tahunan Annual Report 2018 Menuju P(Era)n Baru. Jakarta: Perum Pegadaian, 2018.

Permana, Widya. *Layanan Perpustakaan Via Mobile Data*. Malang: UB Press, 2012.

Santoso. *Statistika Hospital Edisi Revisi*. Sleman: Deepublish(Grup Penerbit CV Budi Utama), 2012.

Siyoto, Sandi. *Dasar Methodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publising, 2015.

Sugiyono, Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Sujarweni, V. Winarta. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.

Winarno, Wahyu Agus. “Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).” *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi IV* (1) (2017).

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2016.

<https://kumparan.com/@kumparanbisnis/berikan-kemudahan-pegadaian-luncurkan-layanan-digital>, Selasa, Selasa 21 Januari 2020, Pukul 18:09.