

**PENGARUH FITUR, KEMUDAHAN PENGGUNAAN M-
BANKING DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT
GENERASI Z BERTRANSAKSI SECARA ONLINE DI DESA
KERIK MAGETAN**

SKRIPSI



Oleh :

Fitri Nur Chasanah

NIM 402200146

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

2024

ABSTRAK

Nur Chasanah, Fitri. Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online di Desa Kerik Magetan. *Skripsi*. 2024. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Khoirun Nisak, M.SEI.

Kata Kunci : Fitur, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan minat bertransaksi.

Pada era teknologi saat ini transaksi secara online menggunakan *mobile banking* sangat populer di kalangan Generasi Z karena terdapat fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan untuk menggunakannya, dan itu merupakan indikator utama untuk penilaian sejauh mana minat Generasi Z bertransaksi secara online. Di Desa Kerik banyak Generasi Z yang mempunyai *M-Banking* tetapi banyak yang belum menggunakannya padahal perbankan sudah memberikan pelayanan agar nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja sesuai kebutuhan tidak perlu untuk datang ke bank cukup menggunakan *M-Banking*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *m-banking*, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan. Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 305 Generasi Z di Desa Kerik Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability* sampling dengan cara *sampling insidental* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Sedangkan untuk olah data menggunakan program IBM SPSS 22.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan. Dari hasil uji R^2 sebesar 21,2%, yang dapat diinterpretasikan bahwa minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan dipengaruhi oleh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan, dan sisanya 78,8% minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan dipengaruhi oleh variabel lain.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terakreditasi "B" Berdasarkan SK BAN-PT Nomor:2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Jl. Pramuka No. 156 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893 Ponorogo
Website: www.iainponorogo.ac.id, email: febi@iainponorogo.ac.id

FORM D

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Fitri Nur Chasanah	402200146	Perbankan Syariah	Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan M-Banking dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Desa Kerik Magetan

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

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Husna Nimalul Ulya, M.E.Sy.
NIP. 198608082019032023

Ponorogo, 18 Maret 2024

Pembimbing


Khoifun Nisak, M.SEI.
NIP. 1992082220122016

PONOROGO



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan M-Banking dan Kepercayaan terhadap Minat
Generasi Z Bertransaksi Secara Online di Desa Kerik Magetan
Nama : Fitri Nur Chasanah
NIM : 402200146
Jurusan : Perbankan 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. Hj. Ely Masykuroh, M.Si.
NIP 197202111999032003
Penguji I :
Ruliq Suryaningsih, M.Pd.
NIDN 2020068801
Penguji II :
Khoirun Nisak, M.SEI.
NIP 199208222020122016

(.....)

(.....)

(.....)

Ponorogo, 27 April 2024
Mengesahkan
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Nama : Fitri Nur Chasanah
NIM : 402200146
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan M-Banking Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Desa Kerik Magetan

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing, selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iain.ponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan ini tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 14 Mei 2024

Penulis



Fitri Nur Chasanah

iain
PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fitri Nur Chasanah

NIM : 402200146

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan M-Banking Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Desa Kerik Magetan”

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

Ponorogo, 18 Maret 2024

Pembuat Pernyataan,



Fitri Nur Chasanah

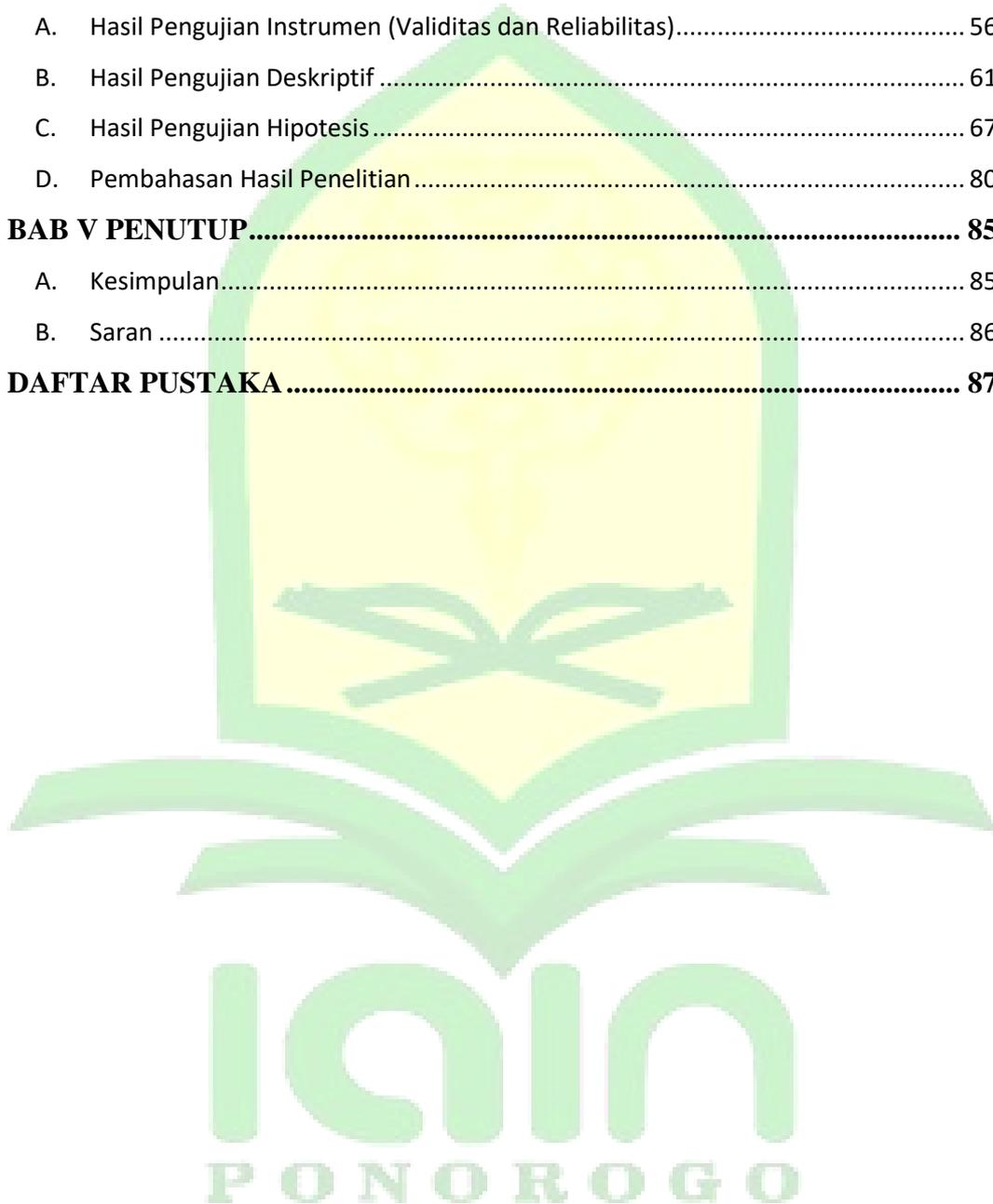
NIM 402200146

IAIN
PONOROGO

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
1. Minat Bertransaksi Secara Online.....	11
2. Fitur.....	15
a. Pengertian Fitur.....	15
3. Kemudahan Penggunaan M-Banking	17
4. Kepercayaan.....	20
B. Kajian Pustaka	24
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian.....	37
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
D. Populasi dan Sampel	41
E. Jenis dan Sumber Data.....	43
F. Metode Pengumpulan Data.....	43

G. Instrumen Penelitian	44
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	56
A. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	56
B. Hasil Pengujian Deskriptif	61
C. Hasil Pengujian Hipotesis.....	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	80
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti saat ini, persaingan bisnis antara perusahaan semakin ketat di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas. Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat membuat segala hal dapat dilakukan dengan mudah dan efisien terlebih lagi dengan adanya teknologi internet yang memberikan banyak kemudahan hampir dalam segala bidang. Salah satu bidang yang ikut serta dalam perkembangan teknologi informasi adalah perbankan. Teknologi telah membuka pasar baru, produk baru, layanan baru dan saluran pengiriman yang efisien untuk industri perbankan. Perkembangan semakin mempermudah nasabah dalam menggunakan berbagai produknya kapan saja dan dimana saja¹.

Faktor utama yang menjadi penyebab perkembangan transaksi secara online adalah karena segala transaksi yang dibutuhkan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Selain itu terdapat beberapa faktor pendukung lainnya, yaitu yang pertama adalah jumlah pengguna internet yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini

¹Johandri Iqbal, Heriyani, And Isroq Urrahmah, "Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*" *Jurnal Global Financial Accounting*, Vol. 05, No. 02 (2021) : 25

dibuktikan dari survei Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) mengenai perilaku internet masyarakat kemajuan teknologi saat ini sangatlah pesat, dimana setiap kegiatan selalu menggunakan kemudahan dan kecepatan teknologi. tingkat penetrasi internet pada periode sama mencapai 77,02 persen. Sebagai perbandingan, pada 2018 tingkat penetrasi internet masih 64,80 persen, dan pada 2019-2020 sekitar 73,70 persen. Laporan yang dirilis pada Juni 2022 memaparkan pula hasil survei yang dilakukan profil internet indonesia 2022, Jajak pendapat ini melibatkan 7.568 responden di pelbagai wilayah Indonesia pada 11 Januari sampai 24 Februari 2022.²

Jogiyanto menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: kemudahan penggunaan, dan kepercayaan, Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya dan seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dalam usaha.³ Sebuah sistem yang dianggap rumit biasanya tidak akan sering digunakan oleh penggunanya, padahal tolak ukur penerimaan sebuah sistem dilihat dari penggunanya. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih banyak digunakan dan membuat banyak yang percaya untuk menggunakannya. Sehingga ada salah satu konstruk yang tidak kalah

²<https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya> Diakses Pada Tanggal 31 Maret 2023 Waktu 22.00 Wib.

³Jogiyanto, Buku Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Andi Offset, Edisi Revisi, 2007), h. 115.

penting dalam mempengaruhi minat penggunaan sistem teknologi informasi yaitu kemudahan penggunaan dan kepercayaan .⁴

Menurut Kotler fitur didefinisikan sebagai sarana kompetitif untuk mendifferensikan produk perusahaan dengan pesaing yang ditawarkan satu pihak ke pihak yang lain pada dasarnya tidak berwujud atau memiliki kepemilikan apapun dan menjadi hal penting dalam menumbuhkan minat konsumen untuk memutuskan transaksi online ataupun tidaknya.⁵ Fitur dalam sebuah aplikasi juga merupakan salah satu dimensi sebuah produk atau layanan yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Dimensi ini menyangkut karakteristik pelengkap, berisi kelengkapan fasilitas-fasilitas tambahan. Selain mempunyai fungsi utama, biasanya suatu aplikasi juga dilengkapi fungsi-fungsi lain yang bersifat komplemen, antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang atau atm terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya.⁶

Komarudin menyatakan bahwa minat nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktifitas tanpa

⁴Irmadhani, I dan Nugroho M.A. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi . *Skripsi* (Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta,2012), 1.

⁵Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Buku Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas. (Jakarta: Erlangga, 2012).

⁶Husada, Dina Yulita, " Analisis Fitur-Fitur Pada Aplikasi Perbankan Seluler Yang Mendorong Terbentuknya Keterikatan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Kelanjutan Penggunaan". *Skripsi*. (Semarang:Universitas Diponegoro Semarang, 2019).

adanya keterpaksaan, dari tahapan pengenalan dan proses informasi konsumen, maka terbentuklah pengambilan keputusan.⁷ Seseorang akan melakukan suatu kegiatan apabila orang tersebut mempunyai keinginan atau niat untuk melakukannya. Minat memiliki sifat tidak selalu statis, jadi minat dapat berubah dengan berjalannya waktu.

Saya memilih Generasi Z karena kelahirannya sudah di masa teknologi yang canggih dan setiap harinya mereka lebih banyak bertransaksi menggunakan pembayaran dengan *mobile banking*. Beberapa alasan mereka menggunakan *mobile banking* yaitu merasa lebih aman dibandingkan uang tunai, mudah, efisien dan praktis digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa *mobile banking* lebih disukai generasi Z dengan kemudahan fitur layanan, kemanfaatan dan efisien yang selaras dengan keinginan yang instan.⁸

Desa Kerik merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Takeran Kabupaten Magetan. Di desa ini banyak generasi Z dengan kelahiran dari tahun 1997-2012 yang sudah memiliki M-Banking dimana sekarang banyak Generasi Z menggunakannya untuk bertransaksi secara online. Dari hasil pengamatan di Desa Kerik saat ini banyak Generasi Z yang menggunakan *smartphone* dimana mereka menggunakannya untuk media sosial seperti Shopee, Tiktok, Facebook

⁷Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Buku Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, cet 2, 2011), 113.

⁸Faidatunnida, “ Pengaruh Fitur Layanan, *Benefit* Dan Pengalaman Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan *Shopeepay* (Studi Kasus Remaja Kecamatan Cilongok)”, *Skripsi*, (2022): 7.

ataupun instagram yang kebanyakan itu akun perbelanjaan dan akan membeli suatu produk yang diinginkan maka dari itu akan menimbulkan pembayaran yang dilakukan dengan transaksi online menggunakan *mobile banking*.⁹

Berdasarkan kenyataan hasil wawancara dengan generasi Z di Desa Kerik, Seperti halnya Sevia salah satu Generasi Z di Desa Kerik mengatakan bahwa dia yang lebih senang langsung datang ke kantor ATM, hal tersebut dilakukan dengan alasan bahwa dia masih bingung dengan fitur *M-banking* yang membuat tidak mudah untuk melakukan transaksi secara online apalagi masih minimnya pengetahuan tentang *M-banking* sehingga membuat tidak percaya menggunakannya.¹⁰ Namun berbeda dengan hasil wawancara dari Novita Sari menggunakan *M-banking* untuk transaksi secara online itu sangat mudah digunakan karena didalamnya terdapat fitur yang lengkap untuk pembayaran apapun dan layanan *M-Banking* sangat mudah digunakan dimana saja yang membuat percaya jika kita berada dalam keadaan darurat *M-Banking* sangat membantu.¹¹

Ketiga faktor diatas, pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *mobile banking*, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang sudah melakukan untuk mengkaji pengaruh dari ketiga faktor tersebut

⁹<https://Kerik.Magetan.Go.Id/Portal/Desa/Profile-Wilayah>, Diakses Pada Tanggal 13 Desember 2023 Waktu 09.20 Wib.

¹⁰Sevia, *Wawancara*, 28 Oktober 2023

¹¹Novita Sari, *Wawancara*, 28 Oktober 2023.

terhadap minat menggunakan *mobile banking* bertransaksi online. Penelitian yang dilakukan oleh Arif Maulana Nizar Abdul Yusuf¹², Cita Melasari, Dandy Kurnia¹³, Badaruddin dan Risma¹⁴ yang mengungkapkan bahwa Pengaruh fitur layanan dan kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Dari penelitian tersebut, faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan adalah fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Annisa Alvin¹⁵ menyatakan bahwa pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan dapat mempengaruhi minat bertransaksi online menggunakan *mobile banking*.

Dengan penelitian terdahulu yang banyak mendukung dan menjadi kesamaan dengan penelitian ini ialah kemudahan penggunaan *mobile banking* dan nasabah yang berminat untuk bertransaksi secara online menggunakan *mobile banking* dengan perbedaan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini memasukkan variabel dependen ialah

¹²Arif Maulana Nizar and Abdul Yusuf, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Linkaja," *J-mas: Jurnal Manajemen dan Sains*, 928

¹³ Dandy Kurnia, "Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan *Digital Banking Jeniusi* PT Bank Tabungan Pensiun Nasional," *Jurnal U*, Volume 14, Nomor 08, (2020)

¹⁴ Badarudin and Risma, "Pengaruh Fitur Layanan dan kemudahan terhadap Minat Menggunakan *M-Banking* (studi kasus pada masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak)," *Jurnal Margin*, Volume 1, Nomor 1, (2021)

¹⁵ Anissa Alvin, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan (Trust) dan Kemudahan *M-Banking* terhadap Minat Bertransaksi Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)," *Skripsi* (Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021)

minat generasi Z bertransaksi online yang berada di lokasi berbeda yaitu Desa Kerik Kecamatan Takeran, Magetan.

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas alasan peneliti untuk mengambil variabel ini ialah sangat relevan dengan kondisi yang ada pada saat ini, sehingga kemudahan dalam menggunakan M-Banking menjadi faktor yang penting bagi mereka untuk menggunakannya dalam transaksi online. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian seberapa besar “**Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan M-Banking dan Kepercayaan terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online di Desa Kerik Magetan**”.

B. Rumusan Masalah

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

- a. Apakah fitur berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?
- b. Apakah kemudahan penggunaan *M-Banking* berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?
- c. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?

- d. Apakah fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan yang ingin dicapai dalam ini yaitu:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fitur terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan *M-Banking* terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan?

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pihak lain, diantaranya:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan

kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi akademik

Penelitian ini bisa menambah literatur sebagai bahan referensi rujukan ilmu pada perpustakaan IAIN Ponorogo yang khususnya berhubungan dengan pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online.

2) Bagi Peneliti

Selain sebagai bahan masukan juga merupakan pengalaman yang dapat menambah pengetahuan penulis khususnya mengenai pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat sebagai sumber informasi dan juga bahan referensi untuk peneliti selanjutnya. Dimana pada penelitian selanjutnya dapat melanjutkan, melengkapi dan juga mengambil variabel tertentu di dalam penelitian ini sehingga dapat dikombinasikan dengan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Demi kemudahan pemahaman dalam pembahasan penelitian ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN,

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI,

Bab ini terdiri dari kerangka teori yaitu teori mengenai pengetahuan, minat, keputusan, penelitian terdahulu, kerangka fikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN,

Bab ini terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN,

Bab ini pengolahan data serta pembahasannya yang merupakan interpretasi dari hasil pengolahan data tersebut. Interpretasi hasil penelitian ini akan memberikan jawaban dari penelitian ini.

BAB V PENUTUP,

Bab ini bagian terakhir dari penulisan ini yang berisi tentang kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian serta saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Minat Bertransaksi Secara Online

a. Pengertian Minat

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) minat merupakan perhatian, kesukaan, kesenangan, ketertarikan (kecocokan hati) kepada sesuatu ataupun keinginan terhadap sesuatu. Minat dapat direalisasikan dengan cara mengarahkan potensi rasio menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu. Tanggapan tersebut bisa berupa reaksi internal atau eksternal. Minat menurut Jogiyanto, merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika muncul keinginan atau minat untuk melakukannya.¹

Menurut Mislah Hayati Nasution dan Sutisna minat akan muncul jika kita memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau objek yang dapat dijangkau indera maupun yang terlahir dari pikiran-pikiran individual.² Hurlock berpendapat Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk

¹ Jogiyanto. *Buku Sistem Teknologi Keperilakuan*. (Yogyakarta : Andi, 2007).

² Mislah Hayati Nasution, Sutisna, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking", *Jurnal Nisbah*, Volume 1, Nomor1, (2015), 64-65.

melakukan sesuatu yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Selanjutnya, semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan semakin kuatlah ia. Sebaliknya, minat akan padam bila tidak disalurkan.³

Minat juga suatu sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat sangat besar sekali pengaruhnya sebab dengan minat, seseorang akan melakukan apa yang diminatinya.⁴ Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*. Dimana tingginya atau meningkatnya Persepsi manfaat maka akan meningkatkan minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Tingginya Persepsi kepercayaan akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Tingginya Persepsi kemudahan penggunaan akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.⁵

Minat mengandung tiga unsur, yaitu:

³ Hurlock, Elizabeth B, *Buku Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan.*(Jakarta : Erlangga, 2011).

⁴ Erni Suprianti , Ajeng Wahyuni. (Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Alumni Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar). *Jurnal Falahiya*, Vol. 2, No. 2, (2023), 19.

⁵ Ibid.

- 1) Unsur kognisi (mengetahui) dalam pengertian bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut.
- 2) Unsur emosi (perasaan) karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang)
- 3) Unsur konasi (kehendak) merupakan kelanjutan dari dua unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.⁶

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

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam, timbul minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2) Faktor motif sosial, timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
- 3) Faktor emosional, atau perasaan. Faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.⁷

⁶ Nurianda Aromatika,, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Lulusan Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Jurusan Teknik Sipil FT-UNP Terhadap Profesi Guru”, *Jurnal*, Volume 5, Nomor 2,(2018), 22.

⁷ Iin Suraya, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City”, *Jurnal Komunikasi*, Volume 6, Nomor 1, (2015), 12.

b. Indikator Minat

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

- a) Keinginan untuk menggunakan teknologi.

Mobile Banking merujuk pada layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat *mobile* seperti *smarthphone* atau tablet. Dengan *Mobile Banking*, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan cek saldo, langsung dari perangkat *mobile* mereka

- b) Dukungan terhadap teknologi yang digunakan.

Teknologi informasi memberikan dukungan yaitu Layanan yang diberikan oleh bank digital bisa diakses selama 24 jam tanpa adanya batasan, sehingga memudahkan nasabah ketika melakukan transaksi di luar jam operasional. Kelebihan lainnya yang dimiliki oleh bank digital, yaitu biaya transfer antarbank yang lebih ekonomis dibandingkan bank konvensional.

- c) Perhatian terhadap pengembangan teknologi.

Dengan adanya teknologi informasi Apabila para nasabah merasa puas dengan layanan *M-Banking* tersebut, maka para nasabah akan memiliki keinginan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang.⁸

⁸ Jogiyanto. *Buku Sistem Teknologi Keperilakuan*. (Yogyakarta : Andi, 2007).

2. Fitur

a. Pengertian Fitur

Fandy Tjiptono mengatakan bahwa fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur produk melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan.⁹ Fitur merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau menyempurnakan fungsi produk. Indikator yang digunakan untuk mengukur fitur adalah sebagai berikut: kelengkapan fitur, kebutuhan fitur, ketertarikan fitur, dan kemudahan dalam penggunaan.¹⁰

Sebuah produk dapat ditawarkan dengan berbagai fitur. Sebuah model awal tanpa tambahan yang menyertai produk tersebut menjadi titik awalnya. Perusahaan dapat menciptakan model tingkatan yang lebih tinggi dengan menambahkan berbagai fitur. Fitur merupakan alat persaingan untuk mengidentifikasi produk perusahaan terhadap produk sejenis yang menjadi pesaingnya. Menjadi produsen awal yang

⁹ Fandy Tjiptono, *Buku Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002).

¹⁰ Dewi dan Jatra. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. *Jurnal Article*, (2013).

mengenalkan fitur baru yang dibutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing.¹¹

Dengan berbagai fitur produk yang ditawarkan oleh produsen, konsumen pun akan semakin terpuaskan dengan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Fitur juga merupakan sesuatu yang istimewa yang diciptakan pada produk/jasa yang tidak terdapat pada produk lain sehingga menjadi pembeda produk/jasa tersebut dengan produk lain dan dapat dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan pembelian.

b. Indikator Fitur

Fitur memiliki Indikator-indikator yaitu sebagai berikut :

a) Kelengkapan Fitur

tersedianya semua jenis layanan yang ditawarkan untuk dinikmati dan dipakai oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

b) Kebutuhan Fitur

segala jenis layanan yang dibutuhkan oleh konsumen demi menunjang segala aktivitas dalam sehari-hari.

c) Ketertarikan Fitur

Adalah tersedianya semua jenis layanan yang ditawarkan untuk dinikmati dan dipakai oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

¹¹ Ibid.

d) Kemudahan dalam Penggunaan

adalah sebagai kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari kesulitan. Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya.¹²

3. Kemudahan Penggunaan M-Banking

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan M-Banking

Davis mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dapat dengan mudah menggunakan sistem tertentu sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan, hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya.¹³ Kemudahan penggunaan *mobile banking* adalah suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya.¹⁴

Salah satu produk layanan perbankan adalah *mobile banking*, yaitu fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak

¹²Fandy Tjiptono,. *Buku Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002).

¹³ Davis, F.D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Journal of MIS Quarterly*. (1989).

¹⁴ Jogiyanto. *Buku Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2007) .

seperti telepon seluler berbasis internet mempunyai fungsi yang sama seperti ATM kecuali, mengambil uang tunai.¹⁵

Perkembangan informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah. Untuk mengantisipasi hal tersebut perbankan berupaya untuk mengembangkan teknologi *mobile banking* yang dimiliki saat ini dengan teknologi GPRS.

Nasabah sekarang menginginkan sesuatu yang lebih dari sekedar layanan perbankan pada umumnya. Yakni nasabah menginginkan suatu kenyamanan dan fleksibilitas pada produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan mereka yang mudah digunakan dalam bertransaksi.

Mobile banking menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik, yaitu jasa *pull based* yang diterapkan dan jasa *push-based*. Jasa *pull based* merupakan jasa yang ditawarkan, sedangkan *push based* adalah jasa yang ditawarkan berdasarkan kesepakatan pihak oleh nasabah dan bank, dimana bank akan mengirimkan informasi-informasi yang dibutuhkan nasabah secara berkala atau berdasarkan aturan tertentu.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan M-Banking

Terdapat beberapa indikator kemudahan penggunaan M-Banking antara lain meliputi

¹⁵ Swastha Dan Irwan, *Buku Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabet 2010), 95.

- a) Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.

Ketika masyarakat menggunakan layanan *mobile banking* tidak mengalami kebingungan dan tampilan *mobile banking* juga mudah untuk dibaca dan dipahami.

- b) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah

Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem. tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih masyarakat dapat dengan mudah untuk mempelajari dan menggunakan layanan *mobile banking*.

- c) Keterampilan penggunaan akan bertambah menggunakan teknologi informasi.

Masyarakat dapat dengan dengan mudah mempelajari layanan *mobile banking* dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan pada saat menggunakannya.

- d) Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

Sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan keinginan pengguna. Masyarakat dapat menggunakan *mobile banking* sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya, untuk memperlancar transaksi bisnis.¹⁶

¹⁶ Davis, F.D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Journal of MIS Quarterly*. (1989).

4. Kepercayaan

a. Pengertian kepercayaan

Peppers and Rogers menjelaskan tentang kepercayaan merupakan suatu bentuk keyakinan yang muncul pada satu pihak dengan disadari oleh durabilitas, integritas, dan reliabilitas kepada pihak lain dalam suatu hubungan dan keyakinan bahwa tindakan yang dilakukan agar menghasilkan nilai positif bagi pihak yang diberi kepercayaan.¹⁷ Menurut Ba dan Pavlou mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.¹⁸

kepercayaan pada tenaga penjualan berpengaruh terhadap kepercayaan pada perusahaan pemasok. Kepercayaan ini yang nantinya akan mempengaruhi niat beli konsumen dan kelanjutan

¹⁷ Peppers, Don and Martha Rogers., *Buku Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. (New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2004).

¹⁸ Ba, Sulin, Paul A. Pavlou. Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums and Buyer Behavior. *Jurnal MIS Quarterly*. Volume 26, Nomor 3, (2002), 243-246.

hubungan dengan pemasok.¹⁹ Pembeli akan mengasumsikan bahwa perilaku tenaga penjual merefleksikan sikap dan nilai-nilai yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga jika pembeli memiliki keterbatasan pengalaman dengan suatu perusahaan maka pembeli dapat berpegang atas dasar persepsi kepercayaan pada tenaga penjual, yang akan membentuk persepsi kepercayaan pada perusahaan.

Terdapat beberapa faktor-faktor yang membentuk kepercayaan. Menurut Mayer faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain ada tiga faktor, yaitu:

a) Faktor Kemampuan.

Kemampuan adalah sesuatu dalam ranah yang khusus, sehingga seseorang membutuhkan keyakinan untuk memperlihatkan seberapa baik performanya. Faktor dari pengalaman dan juga pembuktian atas performanya yang baik akan menjadi dasar bagi orang lain untuk mempercayai orang tersebut. Kim menyebutkan bahwa ability (kemampuan) meliputi: kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

b) Faktor Integritas.

¹⁹ Doney And Cannon, *Buku An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer-Seller Relationships*, (1997)

Integritas akan terlihat dari konsistensi seseorang antara ucapan dan perbuatan yang tertanam dalam nilai-nilai diri seseorang. Kejujuran saja tidak akan cukup untuk menjelaskan dan membuktikan integritas, akan tetapi integritas memerlukan keteguhan hati dalam menerima setiap tekanan. Kim menyatakan bahwa integritas dapat dilihat dari segi kewajaran (*fairnes*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), jujur (*honestly*), keterkaitan (*dependability*) dan kehandalan (*reliability*).

c) Faktor Kebaikan Hati.

Kebaikan hati sangat berhubungan erat dengan intensi (niat). Terdapat ketertarikan dalam diri seseorang ketika melakukan interaksi dengan orang lain. Hal tersebutlah yang akan mengarahkan seseorang untuk memikirkan orang lain dan memberikan intens untuk percaya atau tidak dengan orang tersebut. Kim menyatakan bahwasanya kebaikan hati (*benevolence*) meliputi: perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.²⁰

Dari ketiga faktor tersebut dapat disimpulkan jika faktor yang membentuk kepercayaan pada individu ataupun kelompok yaitu faktor kemampuan, faktor integritas dan faktor kebaikan hati, dimana dalam membentuk kepercayaan membutuhkan proses yang akan membutuhkan suatu bukti yang orang lain sudah

²⁰ Ibid.

lakukan, baik dalam melihat ability dalam pekerjaan ataupun perilaku dalam keseharian orang tersebut dalam kesehariannya.

b. Indikator Kepercayaan

Terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu;

a) Kehandalan

Kehandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Kehandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang.

b) Kejujuran

Bagaimana perusahaan/pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan/pemasar kepada konsumennya.

c) Kepedulian

Perusahaan/pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.

d) Kredibilitas

ISAIN
PONOROGO

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan/pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya.²¹

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu memiliki fungsi untuk mengetahui persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, sehingga dapat dijadikan acuan ataupun referensi oleh peneliti ketika akan melakukan penelitian.

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Judul, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Arif Maulana Nizar dan Abdul Yusuf “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja” (2022)	<ol style="list-style-type: none"> Persamaan pada variabel Kemudahan penggunaan dan kepercayaan Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan Perbedaan pada variabel fitur dan minat secara online 	Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja ²²
2	I Gusti Bagus Putra Adiwijaya” Kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> Persamaan pada variabel Kepercayaan 	<ol style="list-style-type: none"> Perbedaan lokasi dan responden 	Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan

²¹ Peppers, Don and Martha Rogers, *Buku Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. (New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2004).

²² Arif Maulana Nizar And Abdul Yusuf, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Linkaja,” *J-Mas: Jurnal Manajemen Dan Sains*, 928-933

	Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking” (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. n dan minat bertransaksi 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan Kemudahan Penggunaan M-Banking 	transaksi, dan teknologi kapabilitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat bertransaksimenggunakan Mobile Banking. ²³
3	Badaruddin, Risma “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (studi pada masyarakat desa rantau rasau kecamatan Berbak)” (2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaan pada variabel fitur dan minat 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel Kemudahan Penggunaan M-Banking dan kepercayaan 	Fitur layanan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> . ²⁴
4	Andini Madaniah Nasution, Eko Suprayitno “Pengaruh Penggunaan <i>E-Banking</i> dan Perlindungan Nasabah Terhadap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaan pada variabel kepercayaan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel 	Variabel kepercayaan nasabah dan literasi keuangan mampu menjelaskan variabel independen. ²⁵

²³ I Gusti Bagus Putra Adiwijaya, “Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Volume 15, Nomor 3 (2018): 1829-8486

²⁴ Badaruddin And Risma, “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak),” *Jurnal Margin* Vol. 1 No. 1 (2021)

²⁵ Andini Madaniah Nasution And Eko Suprayitn, “Pengaruh Penggunaan *E-Banking* Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (2022), 1205-1213

	Kepercayaan Nasabah dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi”(2022)		fitur dan Kemudahan Penggunaan M-Banking	
5	Findy Meileny, Tri Indra Wijaksana “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia” (2020)	1. Persamaan pada variabel Fitur dan kepercayaan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel Kemudahan Penggunaan M-Banking dan minat bertransaksi online	Fitur Layanan (X3), dan Kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) LinkAja. ²⁶
6	Dandy Kurnia “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Digital Banking</i> Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional” (2020)	1. Persamaan pada variabel Fitur dan kemudahan penggunaan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel kepercayaan dan minat bertransaksi online	Fitur (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Keamanan (X3), dan Promosi (X4) berpengaruh baik secara parsial dan simultan terhadap Keputusan penggunaan (Y). ²⁷
7	Siti indrayani “Pengaruh Pegunaan, Kemudahan,	1. Persamaan pada variabel kemudahan	1. Perbedaan lokasi dan responden	Kemudahan dan kepercayaan (<i>trust</i>) berpengaruh signifikan

²⁶ Findy Meileny And Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica*, Vol. 4 No. 2 (2020).

²⁷ Dandy Kurnia, “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan *Digital Banking* Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional,” *Jurnal Ug* Vol.14 Edisi 08 (2020).

	Kepercayaan (<i>Trust</i>), Dan Mutu <i>Internet Banking</i> Terhadap Keputusan Nasabah Bertransaksi Secara <i>Online</i> ” (2018)	2. Penggunaan dan kepercayaan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan minat bertransaksi online	terhadap keputusan nasabah bertransaksi secara <i>online</i> . ²⁸
8	Johandri Iqbal, Heriyani, dan Isroq Urrahmah “Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> ” (2021)	1. Persamaan pada variabel kemudahan penggunaan dan fitur 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan minat bertransaksi online	Kemudahan dan ketersediaan fitur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan <i>Mobile Banking</i> . ²⁹
9	Cita Melasari, Agus Suroso, dan Ade Banani “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, <i>Privacy Risk</i> , <i>Time Risk</i> , Dan <i>Financial Risk</i> Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank	1. Persamaan pada variabel Kepercayaan dan kemudahan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan minat bertransaksi	Variable kepercayaan, kegunaan, kemudahan, <i>privacy risk</i> , <i>time risk</i> , dan <i>financial risk</i> berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> . ³⁰

²⁸ Siti Indrayani, “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan (*Trust*), Dan Mutu *Internet Banking* Terhadap Keputusan Nasabah Bertransaksi Secara *Online*,” *Skripsi* : (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2018).

²⁹ Johandri Iqbal, Heriyani, Dan Isroq Urrahmah, “Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*,” *Jurnal Global Financial Accounting*, Vol. 05, No. 02 (2021).

³⁰ Cita Melasari, Agus Suroso, And Ade Banani, “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, *Privacy Risk*, *Time Risk*, Dan *Financial Risk* Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Muamalat,” *Jurnal Performance*. Volume 25 Nomor 1 (2018), 11 – 23.

	Muamalat” (2018)		online	
10	Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan” (2018)	1. Persamaan pada variabel Kepercayaan dan kemudahan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan minat bertransaksi online	Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah PT. BRI Cabang Lamongan. ³¹
11	Lesti “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Pada Masyarakat Kec. Suli, Kab. Luwu)” (2019)	1. Persamaan pada variabel Kemudahan penggunaan dan minat 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan kepercayaan	Kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . ³²
12	Anissa Alvin “Pengaruh Pengetahuan,	1. Persamaan pada variabel Kepercayaan	1. Perbedaan lokasi dan responden	Variabel independen (pengetahuan, kepercayaan, dan

³¹ Alifatul Laily Romadloniyah Dan Dwi Hari Prayitno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan,” *Volume Iii No. 2, (2018)*.

³² Lesti, “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* (Pada Masyarakat Kec. Suli, Kab. Luwu),” *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo (2019)*.

	Kepercayaan (Trust) Dan Kemudahan <i>M-Banking</i> Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online. (Studi Kasus Pada mahasiswa Perbankan Syariah Uin Ar-Raniry Banda Aceh)” (2021)	n,Kemudahan penggunaan, dan minat transaksi secara online 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur	kemudahan) dapat mempengaruhi variabel dependen (minat bertransaksi secara online menggunakan <i>m-banking</i>). ³³
13	Rukma Ningrum “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Mega Syariah Cabang Palu” (2020)	1. Persamaan pada variabel Kepercayaan, kemudahan penggunaan dan minat 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan transaksi secara online	Secara parsial dari tiga variabel yang diuji tidak satupun mempengaruhi minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> . ³⁴
14	Hasnan Habib Harahap “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ” (2020)	1. Persamaan pada variabel Kepercayaan, kemudahan penggunaan 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif	1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan minat	Secara simultan terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan terhadap minat dosen dan pegawai IAIN Padang sidimpuan menggunakan <i>mobile banking</i> . ³⁵

³³ Anissa Alvin, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan (Trust) Dan Kemudahan *M-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online. (Studi Kasus Pada mahasiswa Perbankan Syariah Uin Ar-Raniry Banda Aceh),” *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2021).

³⁴ Rukma Ningrum, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu Tahun 2020)

³⁵ Hasnan Habib Harahap, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*,” *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Padang Sidimpuan 2020)

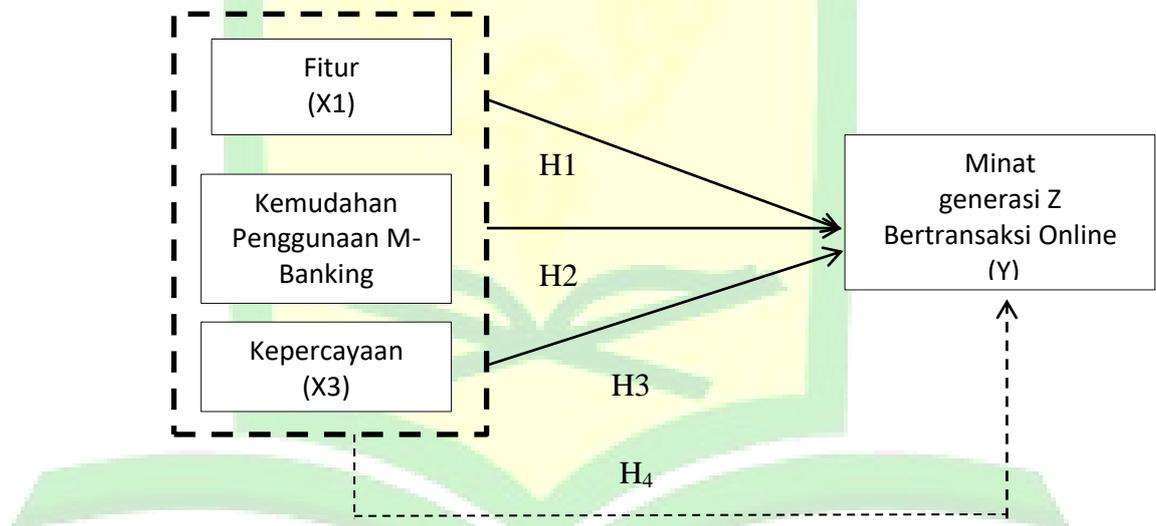
			transaksi secara online	
15	Ahmad Yudin “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya” (2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persamaan pada variabel Kepercayaan dan minat 2. Persamaan pada jenis penelitian kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbedaan lokasi dan responden penelitian yang dilakukan 2. Perbedaan pada variabel fitur dan kemudahan penggunaan M-Banking 	Hasil uji T variabel yang sangat berpengaruh dalam penggunaan <i>Mobile Banking</i> yaitu variabel kemudahan. ³⁶

Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan *M-Banking*, dan Kepercayaan terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online di Magetan”. Sesuai dengan adanya telaah diatas penelitian ini tentu berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, seperti perbedaan pada variabel-variabel tertentu, lokasi penelitian, dan perbedaan responden. Penelitian ini juga memiliki persamaan dari jenis penelitian yang digunakan dari variabel dari beberapa penelitian sebelumnya. Di dalam penelitian ini akan mengulas mengenai seberapa besar pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Magetan.

³⁶ Ahmad Yudin, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya,” *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya 2021).

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yang baik adalah kerangka yang menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu adanya penjelasan hubungan antar variabel independen dan dependen.³⁷ Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, variabel yang dipakai pada penelitian ini adalah pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan. Sehingga dapat disusun kerangka berpikir seperti berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan:

—→ Pengaruh Parsial

- - - -> Pengaruh Simultan

Berdasarkan pada kerangka berpikir diatas dapat diketahui bahwa Minat generasi Z bertransaksi online Kecamatan Takeran, Magetan

³⁷ Hardani Ahyar Et Al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 321.

dipengaruhi oleh faktor fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan. Apabila dengan adanya fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan yang signifikan maka Minat generasi Z bertransaksi online di Magetan juga akan berpengaruh signifikan. Dimana fitur (X1), kemudahan penggunaan *M-Banking* (X2), dan kepercayaan (X3) sebagai variabel independen dan Minat generasi Z bertransaksi online (Y) sebagai variabel dependen.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah dari penelitian, dimana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.³⁸ Hipotesis yang dimaksudkan adalah untuk memberikan arah keputusan bagi analisis penelitian. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Fitur Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Online

Menurut Fandy Tjiptono, fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur produk melekat erat pada suatu produk dan sering kali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk

³⁸ Ibid.

memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan.³⁹ Hal tersebut telah sejalan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh badaruddin yang menyatakan bahwa fitur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha1 : Fitur berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

H01 : Fitur tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan M-Banking Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Online

Menurut Jogiyanto yaitu dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan membuat seseorang dapat menerima sistem informasi dengan mudah digunakan.⁴⁰ Hal tersebut telah sejalan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Alvin yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi online. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

³⁹ Fandy Tjiptono, *Buku Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002).

⁴⁰ Jogiyanto, *Buku Metodologi Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

Ha2 :Kemudahan Penggunaan *M-Banking* berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

H02 : Kemudahan Penggunaan *M-Banking* tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

3. Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Online

Menurut Ba dan Pavlou kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.⁴¹ Hal tersebut telah sejalan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fiqi Syafaati yang menyatakan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi online. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

⁴¹ Ba, Sulin, Paul A. Pavlou. Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums and Buyer Behavior. *Jurnal MIS Quarterly*. Volume 26, Nomor 3, (2002), 243-246.

Ha3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Magetan.

H03 : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Magetan.

4. Pengaruh secara simultan Fitur, Kemudahan Penggunaan M-Banking, dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Online.

Minat menurut Jogiyanto, merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika muncul keinginan atau minat untuk melakukannya. Faktor yang menentukan minat bertransaksi secara online yang harus diperhatikan oleh perusahaan ialah fitur, kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah untuk memberikan pelayanan yang baik.⁴² Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatkan kebaikan fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan secara simultan maka akan meningkatkan pula minat bertransaksi secara online. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

Ha4 : Ada pengaruh secara simultan fitur, kemudahan penggunaan *m-banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

⁴² Jogiyanto. *Buku Sistem Teknologi Keperilakuan*. (Yogyakarta : Andi, 2007).

H04 : Tidak ada pengaruh secara simultan fitur, kemudahan penggunaan *m-banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan yang ada. Dimana rancangan tersebut memuat secara sistematis keseluruhan dari kegiatan yang akan dilakukan oleh peneliti.¹ Di dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan angka pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirancang sebelumnya.

Desain penelitian yang digunakan yaitu penelitian survei, dimana penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibuat untuk diisi langsung oleh responden. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif ini peneliti berusaha untuk menganalisis apakah fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi online di Magetan.

¹ Hardani Et Al, Buku *Metodologi Penelitian* (Wonosari: Yogyakarta, 2020), 235.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sifat atau nilai dari orang, objek, ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulan.² Berikut ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel independen (variabel X) merupakan variabel yang menjadi penyebab teoritis yang dapat berdampak pada variabel lain. Di dalam penelitian ini variabel independennya adalah fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan.
- 2) Variabel dependen (variabel Y) merupakan variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan variabel lainnya. Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah minat generasi Z bertransaksi online.³

b. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat dari hal-hal yang dapat didefinisikan dan juga diamati. Dimana dalam penggunaannya variabel harus didefinisikan secara operasional sehingga hubungan antara variabel dan juga

² Rahmadi, *Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 48.

³ Ahyar Et Al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 305–306.

pengukurannya mudah ditemukan.⁴ Berikut adalah tabel yang menjelaskan tentang variabel dan definisi operasional dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Butir Soal	Sumber
1	Fitur (X1)	Fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan Fitur 2. Kebutuhan Fitur 3. Ketertarikan Fitur 4. Kemudahan dalam penggunaan 	<p>1-2</p> <p>3-4</p> <p>5-7</p> <p>8-10</p>	Fandy Tjiptono, 2002.
2	Kemudahan Penggunaan M-Banking (X2)	Kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dapat dengan mudah menggunakan sistem tertentu sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan, hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunaannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi informasi sangat mudah dipelajari 2. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah 3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi 4. Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan. 	<p>11-12</p> <p>13-14</p> <p>15-16</p> <p>17-18</p>	Davis, 1989.

⁴ Qomariyatus Sholihah, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Malang: Ub Press, 2020), 91.

3	Kepercayaan (X3)	kepercayaan merupakan suatu bentuk keyakinan yang muncul pada satu pihak dengan disadari oleh durabilitas, integritas, dan reliabilitas kepada pihak lain dalam suatu hubungan dan keyakinan bahwa tindakan yang dilakukan agar menghasilkan nilai positif bagi pihak yang diberi kepercayaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas 	<p>19-20 21-22 23-24 25-26</p>	Peppers dan Martha, 2004.
4	Minat bertransaksi online (Y)	Minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika muncul keinginan atau minat untuk melakukannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk menggunakan teknologi 2. Dukungan terhadap teknologi yang digunakan 3. Perhatian terhadap pengembangan teknologi 	<p>27-28 29-30 31-32</p>	Jogiyanto, 2007.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai data yang diperlukan oleh penulis dilakukan di Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan dan periode waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023 sampai dengan selesai. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini adalah karena peneliti ingin menguji dan

menganalisis sejauh mana pengaruh dari fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z bertransaksi online di Magetan karena Generasi Z saat ini perlu untuk mengikuti zaman yang sudah modern walaupun berada di desa.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari orang, benda, hewan, tumbuhan, gejala, hasil tes, atau kejadian yang digunakan sebagai sumber data yang memiliki ciri-ciri tertentu di dalam penelitian.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan berjumlah 1.290.⁶

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁷

Dalam penelitian ini sampel responden yang dipilih harus sesuai dengan kriteria berikut ini:

- 1) Generasi Z Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan.
- 2) Generasi Z Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan yang menggunakan *M-Banking* dan melakukan transaksi online.
- 3) Generasi Z Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan yang berumur 17-23 tahun..

⁵ Ahyar Et Al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 361.

⁶ Tika, *Wawancara*, 23 November 2023.

⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: 2015), 80

Apabila total populasi pengamatan dalam penelitian sudah diketahui jumlahnya, maka perhitungan total sampel dapat dengan penerapan rumus slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (5%).⁸

1. Berdasarkan atas rumus tersebut maka dapat dihitung sampel dari populasi tidak diketahui sebagai berikut:⁹

$$n = \frac{1.290}{1 + 1290(0,05)^2}$$

$$n = \frac{1.290}{1 + 3.225}$$

$$n = \frac{1.290}{4.225}$$

$$n = 305$$

Penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* merupakan sampling yang pemilihan anggota sampelnya berdasarkan kebetulan terhadap orang yang dijumpai. Sehingga

⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2008), 180.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018).

pemberian angket dalam penelitian ini dilakukan dengan acak kepada 305 responden yaitu Generasi Z di Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan yang menggunakan *M-Banking* untuk transaksi online setiap harinya.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data Primer, data yang diperoleh dari sumber aslinya. Data primer, yaitu observasi atau pengamatan langsung, subyek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk di isi, pertanyaan yang ditujukan untuk responden.¹⁰ Data tersebut bersumber dari penyebaran pertanyaan atau kuesioner Generasi Z yang berada di Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan. Data yang dikumpulkan adalah data dari kuesioner yang diambil sendiri oleh peneliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari responden. Kuesioner tersebut dilakukan dengan cara sistem online yaitu membagikan link yang di bagikan secara individu untuk generasi Z.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan metode kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang berupa pertanyaan yang telah disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden.¹¹ Penelitian ini dilakukan dengan survey lapangan dengan menyebarkan angket secara langsung

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Buku Manajemen Penelitian* (Jakarta: Pt Rineka Citra, 2016), 84.

¹¹ Rahmadi, *Buku Metodologi Penelitian*, 84.

kepada responden yaitu Generasi Z di Desa Kerik, Kecamatan Takeran, Magetan dengan formulir yang berisi tentang pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z bertransaksi online di Magetan.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk memperoleh informasi kuantitatif mengenai variasi karakteristik variabel secara objektif. Di dalam instrumen penelitian ini diperlukan teknik pengembangan skala yang digunakan untuk mengukur variabel dalam pengumpulan data yang lebih sistematis. Implementasi dalam skala pengukuran adalah skala yang membantu dalam memperkirakan minat ataupun perilaku suatu individu atau kelompok terhadap orang lain ataupun lingkungannya.¹² Skala pengukuran yang digunakan penelitian menggunakan skala *likert*. Adapun jawaban dan skor yang digunakan dalam skala pengukuran adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (ST)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sutrisno Hadi, *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, Dan Skala Nilai, 3* (Yogyakarta: FP UGM, 1991).

Tujuan pengumpulan data menggunakan angket ini untuk

¹² Ahyar Et Al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 384.

mencari data mengenai pengaruh fitur, Kemudahan penggunaan *M-Banking*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Z di Magetan.

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas yaitu suatu proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir yang ada didalam daftar pertanyaan untuk melaksanakan fungsinya.¹³ Didalam penelitian ini untuk menguji kevalidan data maka menggunakan uji validitas yang menggunakan rumus *korelasi product moment*. Ghazali mengutarakan pendapatnya bahwa pengujian validitas ini harus dibantu dengan aplikasi IMB SPSS versi 22 dengan cara mengkorelasikan masing-masing dari pertanyaan dengan total *score*. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan nilai antara r hitung dengan r tabel.

Dengan jumlah sampel (n) adalah 100 dan tingkat signifikansi 0.05. Maka nilai r tabel dalam penelitian ini adalah $r(0,05; 100 - 2 = 0,05; 98)$ diperoleh nilai 0,196. Jika r hitung lebih besar daripada r tabel dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid.

Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan serta indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid. Sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka dapat dipastikan pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dianggap tidak valid. Sebuah pernyataan

¹³ Saifudin Azwar, *Buku Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 5.

dianggap valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan secara tepat. Uji validitas ini menggunakan tingkat nilai signifikansi sebesar 5%.

2. Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner bisa dikatakan bagus jika jawaban dari seseorang terhadap pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22, dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, dan *Cronbach Alpha* > 0,6 maka instrumen itu dikatakankan reliable.¹⁴

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan Data

Setelah data terkumpul, maka data tersebut diproses dengan cara.¹⁵

- 1) Seleksi data yaitu menyisihkan data-data yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti.
- 2) Coding yaitu mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari responden kedalam kelas-kelas.
- 3) Tabulasi data yaitu pekerjaan membuat tabel-tabel dengan mengklasifikasikan data-data yang ada serta menghitung

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: 2015), 108.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta, Pt. Rineka Cipta, 2005), 240.

frekuensi dan persentasenya.

- 4) Sistem korelasi adalah hasil atau data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan rumus korelasi atau *product moment*.

2. Analisis Data

1) Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Pada penelitian ini yang digunakan adalah korelasi *product moment* untuk melihat bagaimana hubungan derajat antar variabel apakah hubungan yang terjadi adalah negatif atau positif, hal ini dapat dilihat dari tanda yang dimiliki. Untuk melihat hubungan variabel signifikan atau tidak signifikan dapat dilihat pada nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka hubungan antara kedua variabel X dan Y signifikan.

2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu terhadap variabel yang akan digunakan. Ini bertujuan agar mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi klasik atau tidak. Asumsi klasik yang akan digunakan berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas saling mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi normal atau tidak dengan cara melakukan uji statistik.¹⁶ Pengujian normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan hipotesis dibawah ini:

H₀ :Data berdistribusi normal

H₁ :Data tidak berdistribusi normal

Jika nilai signifikansi (*p-value*) > 0,05, maka H₀ diterima maka artinya variabel residual berdistribusi normal.¹⁷

b) Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apa di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika terdapat varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik digunakan adalah model homoskedastisitas.¹⁸ Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$

¹⁶ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016),

¹⁷ Ibid.

¹⁸ H. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19* (Semarang: Undip, 2011), 139.

maka tidak ada heterokedastisitas atau sebaliknya inilah yang akan di jadikan dasar penilaiannya. Berdasarkan nilai signifikansinya juga dapat digunakan untuk menguji apakah ada atau tidak heteroskedastisitas. Dengan cara membandingkan dengan level of signifikan (α). Apabila nilai signifikansinya $>$ level of signifikan (α) berarti tidak ada heteroskedastisitas begitu juga sebaliknya. Hipotesis yang digunakan:

H0 : Varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas)

H1 : Varian residual tidak homogen (terjadi kasus heteroskedastisitas)

Jika nilai signifikansi (p -value) $>$ 0,05, maka H0 diterima artinya variabel residual homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Autokorelasi

Untuk menguji apakah didalam model regresi linear ada hubungan antara kesalahan pengganggu yang ada pada periode tertentu dengan kesalahan variabel sebelumnya. Apabila menunjukkan terjadinya korelasi maka adanya masalah autokorelasi.¹⁹ Kemudian tidak adanya autokorelasi didalam model regresi inilah yang harus

¹⁹ Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan Spss* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009)

dipenuhi. Metode pengujian yang kerap digunakan yaitu uji Durbin Watson (uji DW). Dengan hipotesis yang digunakan:

H₀ : Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif

H₁ : Ada autokorelasi, positif atau negatif

Adapun ketentuan dibawah ini :

$$dU < d < 4 - dU$$

Keterangan:

dU = batas atas

dL = batas bawah

d = nilai Durbin – Watson

Untuk menentukan dU dan dL dapat melihat tabel DW dengan mengetahui jumlah variabel independen dan jumlah sampel yang diambil.

Atau dengan kriteria :

- 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.²⁰

d) Uji Multikolinearitas

²⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: 2015), 177.

Untuk mengecek apakah ada atau tidak korelasi multikolinearitas antara variabel bebas dengan variabel terikat ialah dengan melihat *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor*. Model regresi yang mengakibatkan multikolinearitas bisa dilihat melalui nilai *tolerance* yang $> 0,1$ atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 apabila *Tolerance Value* di bawah $0,1$ atau *Variance Inflation Factor* (VIF) di atas 10 maka akan terjadi multikolinearitas.

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji multikolinearitas digunakan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun kriterianya :

- (1) Nilai *Tolerance* $> 0,1$ (tidak terjadi multikolinieritas)
- (2) Nilai VIF < 10 (tidak terjadi multikolinieritas)²¹

e) Analisis Regresi Linier Berganda

Berfungsi untuk mendapatkan suatu hubungan yang

²¹ Ibid.

fungsional antara dua variabel atau lebih. Regresi ialah suatu alat analisis statistik yang bisa membantu peneliti untuk melakukan suatu prediksi mengenai variabel terikat dengan kondisi variabel bebasnya. Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen yaitu Persamaan regresi linier berganda:

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

Keterangan: :

Y = Minat generasi Z Bertransaksi Online

α = Konstanta

β_1 : Koefisien fitur

β_2 : Koefisien Kemudahan Penggunaan *M-Banking*

β_3 : Koefisien Kepercayaan

X_1 = Fitur

X_2 = Kemudahan Penggunaan *M-Banking*

X_3 = Kepercayaan

ϵ = *error*

f) Pengujian Hipotesis

(1) Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Langkah- langkah pengujiannya:

Menentukan formulasi H0 dan H1

Hipotesis 1

Ha1 : fitur Tidak ada pengaruh terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

H01 : fitur Ada pengaruh terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

Hipotesis 2

Ha2 : kemudahan penggunaan *M-Banking* Tidak ada pengaruh terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

H02 : kemudahan penggunaan *M-Banking* Ada pengaruh terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

Hipotesis 3

Ha3 : kepercayaan Tidak ada pengaruh terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

H03 : kepercayaan Ada pengaruh terhadap minat generasi Z bertransaksi online di Magetan.

Dan pengambilan kesimpulan :

1) Nilai signifikan $> 0,05$ maka H0 diterima dan Ha ditolak.

2) Nilai signifikan $< 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima.

(2) Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).²²

Langkah pengujian:

Menentukan formulasi H_0 dan H_1 Hipotesis

H_{a4} : Tidak ada pengaruh secara simultan antara pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

H_{04} : Ada pengaruh secara simultan antara pengaruh fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan terhadap Minat generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

Dan pengambilan kesimpulan

- 1) Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

(3) Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk

²² Ibid.

mengetahui persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel semakin rendah.²³



²³ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Hasil dari kuesioner memiliki hasil valid apabila pertanyaan dapat memberikan hasil pengukuran dari kuesioner tersebut. Peneliti melakukan pengujian dari data yang dikumpulkan dari 305 responden. Responden merupakan generasi Z di Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan.

Unsur-unsur pengukuran dikatakan valid ataupun tidak pada butir pertanyaan, cara yang dilakukan yaitu membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan $df=n-2$ serta sig 5%. Kuesioner memberikan hasil yang valid ketika $r_{tabel} < r_{hitung}$. Dikarenakan penggunaan data $(n)=305$, sehingga besarnya $df=305-2$, dan hasil r_{tabel} 0,113 nilai tersebut merupakan R *product moment*. Berikut merupakan pengujian dari uji validitas di setiap variabel:

a. Pengaruh Fitur (X_1)

Tabel 4.1

Hasil Pengujian Validitas Variabel X_1

No	Sig	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid

6	0,000	Valid
7	0,000	Valid
8	0,000	Valid
9	0,000	Valid
10	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel berikut diketahui bahwa masing-masing pada setiap pertanyaan didapatkan $\text{sig} < 0,005$, sehingga di setiap butir pertanyaan pada variabel pengaruh fitur (X1) dapat dikatakan bahwa penelitian pantas diteliti.

b. Kemudahan Penggunaan *M-Banking* (X₂)

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Validitas Variabel X₂

No	Sig	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid
7	0,000	Valid
8	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel 4.2 diketahui bahwa masing-masing pada setiap pertanyaan didapatkan sig < 0,005, sehingga disetiap butir pertanyaan pada variabel Kemudahan Penggunaan *m-banking* (X₂) dapat dikatakan bahwa penelitian pantas diteliti.

c. Kepercayaan (X₃)

Tabel 4.3
Hasil pengujian validitas variabel X₃

No	Sig	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid
7	0,000	Valid
8	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel 4.3 diketahui bahwa masing-masing pada setiap pertanyaan didapatkan sig < 0,005, sehingga disetiap butir pertanyaan pada variabel kepercayaan (X₃) dapat dikatakan bahwa penelitian pantas diteliti.

d. Minat Bertransaksi Online (Y)

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Y

No	Sig	Keterangan
1	0,000	Valid
2	0,000	Valid
3	0,000	Valid
4	0,000	Valid
5	0,000	Valid
6	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel 4.4 diketahui bahwa masing-masing pada setiap pertanyaan didapatkan sig $< 0,005$, sehingga disetiap butir pertanyaan pada variabel minat bertransaksi Online (Y) dapat dikatakan bahwa penelitian pantas diteliti.

2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk menguji butir kuesioner dari seluruh indikator pada variabel. Kuesioner dikatakan valid setelah dilakukan pengujian maka dapat berlanjut pada uji reliabilitas. Reliabel pada kuesioner terjadi jika jawaban pada responden selalu konsisten di setiap waktu. Apabila *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ dapat dikatakan reliabel. Berikut merupakan hasil pengujian dari uji reliabilitas:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keterangan
1	X ₁	0,747	0,60	Valid
2	X ₂	0,701	0,60	Valid
3	X ₃	0,742	0,60	Valid
4	Y	0,638	0,60	Valid

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dikatakan bahwa *Cronbach's Alpha* memiliki hasil yang lebih besar dari 0,60 sehingga hasil tersebut pada variabel X₁, X₂, X₃ serta Y dinyatakan reliabel. Dengan hasil yang didapat dari setiap variabel X₁, X₂, X₃, Y pada butir kuesioner memiliki hasil valid serta reliabel, sehingga seluruh kuesioner dapat dijadikan instrumen dalam pengumpulan data.

3. Analisis Korelasi

Pengertian analisis korelasi yaitu suatu yang digunakan untuk menganalisis dengan tujuan agar dapat mengetahui hubungan pada setiap variabel. Peneliti menggunakan korelasi *product moment* pada penelitian ini dengan tujuan memperlihatkan hubungan antara derajat serta dua variabel. Cara melihat suatu hubungan di antara dua variabel dinyatakan signifikan atau tidak yaitu pada nilai r hitung serta r tabel. Apabila terdapat nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dikatakan hubungan kedua variabel tidak signifikan. r tabel ditentukan menggunakan tabel dari nilai r *product moment*. Peneliti pada penelitian ini menggunakan 305 responden, maka r tabel ($\alpha=5\%$) yaitu

0,113. Berikut merupakan tabel pengujian korelasi yang terjadi antara variabel X dan Y:

Tabel 4.6
Hasil Korelasi Variabel X dan Y

No	Korelasi	r _{hitung}	Keterangan
1	X ₁ dan Y	0,278	Signifikan
2	X ₂ dan Y	0,423	Signifikan
3	X ₃ dan Y	0,395	Signifikan

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa korelasi yang terjadi antara X₁ dan Y yaitu signifikan, dikarenakan pada nilai r_{hitung} adalah $0,278 > 0,113$. korelasi yang terjadi antara X₂ dan Y yaitu signifikan, dikarenakan pada nilai r_{hitung} adalah $0,423 > 0,113$. Kemudian korelasi yang terjadi antara X₃ dan Y yaitu signifikan, dikarenakan pada nilai r_{hitung} adalah $0,395 > 0,113$

B. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Gambaran Umum Responden

Subjek dalam penelitian ini merupakan generasi Z yang berada di Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan. Generasi Z yang sudah mempunyai *mobile banking* untuk bertransaksi online. Kuesioner yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu sebanyak 305 generasi Z. Dengan seluruhnya tanpa ada kerusakan dalam kuesioner.

Berikut merupakan data dari generasi Z di Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan berdasarkan dengan jumlah pada jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir dari responden:

a. Jenis Kelamin Generasi Z Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan.

Tabel 4.7
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	143 Responden	47%
Perempuan	162 Responden	53%
Jumlah	100%	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah dari responden yang merupakan laki-laki sebanyak 143 generasi Z atau 47 % serta untuk perempuan sebanyak 162 atau 53 %. Dapat diketahui bahwa banyak dari generasi Z di Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan merupakan perempuan yang mempunyai *mobile banking* untuk bertransaksi online.

b. Usia Generasi Z Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan.

Tabel 4.8
Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<20 tahun	11	3%
20-25 Tahun	294	97%

Jumlah	305	100%
--------	-----	------

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah dari responden yang merupakan usia kurang dari 20 tahun sebanyak 11 nasabah atau 3%, usia 20 sampai 35 tahun sebanyak 294 nasabah atau 97%, Dapat diketahui bahwa banyak dari generasi Z di Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan yang mempunyai *mobile banking* untuk bertransaksi online paling banyak di usia 20 sampai 25 tahun.

c. Pendidikan Terakhir Generasi Z Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan.

Tabel 4.9
Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD	0	0%
SMP	10	3%
SMA	220	72%
D1/2/3	10	3%
S1/S2	65	22%
Jumlah	305	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah dari responden yang tingkat pendidikan SD sebanyak 0 nasabah atau 0%, SMP sebanyak 10 generasi z atau 3%, SMA sebanyak 220 generasi z atau 72%, D1/2/3 sebanyak 10 generasi z atau 3%, dan S1/S2 sebanyak

65 generasi z atau 22%. Dapat diketahui bahwa banyak dari generasi Z di Desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan yang mempunyai *mobile banking* untuk bertransaksi online paling banyak pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 220 generasi z.

2. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

a. Pengaruh Fitur

Tabel 4.10

Distribusi Jawaban Responden Pengaruh Fitur (X₁)

Item	STS		TS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	4	1,3	161	52,8	140	45,9	305	100
X1.2	0	0	3	1,0	151	49,5	151	49,5	305	100
X1.3	0	0	3	1,0	151	49,5	151	49,5	305	100
X1.4	0	0	3	1,0	136	44,8	165	54,4	305	100
X1.5	0	0	6	2,0	136	44,6	163	53,4	305	100
X1.6	0	0	5	1,6	122	40,0	178	58,4	305	100
X1.7	1	,3	3	1,0	129	42,3	172	56,4	305	100
X1.8	0	0	4	1,3	126	41,3	175	57,4	305	100
X1.9	1	,3	4	1,3	114	37,4	186	61,0	305	100
X1.10	0	0	4	1,3	133	43,6	168	55,1	305	100

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Sesuai dengan tabel diatas terlihat bahwa banyak responden dari generasi z yang memilih jawaban “ sangat setuju” pada itam pertanyaan nomor 9. Sebanyak 61,0 % yaitu mengenai “*Mobile Banking* menyediakan layanan perbankan secara cepat dan tepat”. Sehingga

pengaruh fitur sangat memberikan pengaruh terhadap minat generasi z bertransaksi secara online di Magetan.

b. Kemudahan Penggunaan *M-Banking* (X₂)

Tabel 4.11
Distribusi Jawaban Responden
Kemudahan Penggunaan *M-Banking* (X₂)

Item	STS		TS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0	2	,7	147	48,2	156	51,1	305	100
X2.2	0	0	1	,3	141	46,2	163	53,4	305	100
X2.3	0	0	3	1,0	123	40,3	179	58,7	305	100
X2.4	0	0	3	1,0	128	42,0	174	57,0	305	100
X2.5	0	0	2	0,7	117	38,4	186	61,0	305	100
X2.6	0	0	1	,3	126	41,3	178	58,4	305	100
X2.7	0	0	3	1,0	129	42,3	173	56,7	305	100
X2.8	0	0	1	,3	140	45,9	164	53,8	305	100

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Sesuai dengan tabel di atas terlihat bahwa banyak responden dari Generasi Z yang memilih jawaban “sangat setuju” pada item pertanyaan nomor 5. Sebanyak 52,5 % yaitu mengenai “*Mobile banking* dapat membantu untuk melakukan transaksi” Sehingga kemudahan penggunaan *m-banking* sangat memberikan pengaruh terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Magetan.

c. Kepercayaan (X_3)

Tabel 4.12

Distribusi Jawaban Responden Kepercayaan (X_3)

Item	STS		TS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0	1	,3	157	51,54	147	51,5	305	100
X3.2	0	0	3	1,0	147	49,2	155	50,8	305	100
X3.3	0	0	3	1,0	149	48,9	153	50,2	305	100
X3.4	0	0	4	1,3	154	50,2	147	48,2	305	100
X3.5	0	0	2	,7	142	46,6	161	52,8	305	100
X3.6	0	0	1	,3	151	49,5	153	50,2	305	100
X3.7	0	0	5	1,6	150	49,2	150	49,2	305	100

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Sesuai dengan tabel di atas terlihat bahwa banyak responden dari Generasi Z yang memilih jawaban “sangat setuju” pada item pertanyaan nomor 5. Sebanyak 52,2 % yaitu mengenai “Saya percaya aplikasi *mobile banking* dapat menerima keluhan nasabah “ Sehingga kepercayaan sangat memberikan pengaruh terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

d. Minat Bertransaksi Online (Y)

Tabel 4.13

Distribusi Jawaban Responden Minat Bertransaksi Online (Y)

Item	STS		TS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%

Y.1	0	0	4	1,3	153	50,2	148	48,5	305	100
Y.2	1	,3	3	1,0	134	43,9	167	54,8	305	100
Y.3	0	0	4	1,3	129	42,3	172	56,4	305	100
Y.4	1	,3	0	0	129	42,3	175	57,4	305	100
Y.5	2	,7	4	1,3	139	45,6	160	52,5	305	100
Y.6	0	0	5	1,6	134	43,9	166	54,4	305	100

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Sesuai dengan tabel di atas terlihat bahwa banyak responden dari Generasi Z yang memilih jawaban “sangat setuju” pada item pertanyaan nomor 4. Sebanyak 57,4 % yaitu mengenai “Saya merasa dengan menggunakan *mobile banking* sudah tidak tradisional lagi dan itu merupakan hal yang bagus”. Sehingga generasi z minat untuk menggunakan *mobile banking* sudah tidak tradisional lagi dan itu merupakan hal yang bagus yang memberikan pengaruh terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

C. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan sebagai pengujian pada residual, yaitu, residual dikatakan berdistribusi normal ataupun tidak pada suatu penelitian. Cara pengujian dalam normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dengan hipotesis berikut ini:

Ho : Residual berdistribusi normal

H1 : Residual berdistribusi tidak normal

Apabila nilai dari signifikansi atau p-value $> 0,05$, sehingga terima H_0 dengan artian residual tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Normalitas Residual

	<i>Kolmogorov Smirnov</i>		
	Statistik	N	Signifikasi
<i>Unstandardized Residual</i>	0,070	305	0,098

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel tersebut memiliki hasil nilai sigifikansi dari uji normalitas residual yaitu $0,098 > 0,05$. Sehingga terima H_0 dan residual memiliki distribusi normal.

b. Uji Linieritas

Tujuan dari pengujian linieritas yaitu suatu korelasi dikatakan baik apabila terdapat hubungan yang linier diantara variabel independen atau X dan dependen atau Y. Dengan taraf sig $> 0,05$.

Tabel 4.15

Hasil Pengujian Linieritas

Variabel	Sig	Keterangan
X1	0,609	Linier
X2	0,009	Linier
X3	0,609	Linier

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Berdasarkan tabel tersebut nilai dari variabel fitur yaitu sebesar $0,609 > 0,05$, variabel kemudahan penggunaan *mobile banking* yaitu sebesar $0,009 > 0,05$, variabel kepercayaan yaitu sebesar $0,609 > 0,05$ sehingga memiliki dapat dikatakan linier terhadap minat generasi z bertransaksi online.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian heteroskedastisitas yaitu untuk melakukan pengujian pada *variance residual* disuatu waktu pengamatan ke waktu pengamatan lainnya. Cara dalam apakah perhitungan ini terdapat gejala ataupun tidak, yaitu melakukan penentuan perumusan dari regresi linier berganda dengan harga mutlak residual yang digunakan untuk variabel dependen serta independen yaitu X_1 (fitur), X_2 (kemudahan penggunaan *mobile banking*) dan X_3 (kepercayaan).

Berikut merupakan hipotesis yang peneliti gunakan:

H_0 : tidak terjadi heteroskedastisitas

H_1 : terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.16

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
X1	0,987	Tidak berpengaruh
X2	0,453	Tidak berpengaruh
X3	0,150	Tidak berpengaruh

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Dari tabel pengujian heteroskedastisitas nilai dari sig pada variabel X1 atau kepercayaan memiliki nilai $0,987 > 0,05$ (alpha 5%) serta nilai dari sig pada variabel X2 atau kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki nilai $0,453 > 0,05$ (alpha 5%) dan nilai dari sig pada variabel X₃ atau kepercayaan memiliki nilai $0,150 > 0,005$ (alpha 5%).

d. **Uji Autokorelasi**

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel pengganggu di waktu tertentu serta variabel sebelumnya. Hipotesis yang digunakan yaitu sebagai berikut :

H₀ : Tidak terjadi autokorelasi dan positif atau negatif

H₁ : Terjadi Autokorelasi dan positif atau negatif

Cara dalam penentuan autokorelasi yaitu memakai standar dari *Durbin Watson*, apabila $dU < d < 4 - dU$ maka terima H₀, dengan artian tidak terjadi autokorelasi dan positif atau negatif.

Tabel 4.17

Hasil Pengujian Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	0,460	0,212	0,204	1,705	1,961

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Sesuai dengan tabel berikut terdapat hasil dari pengujian *Durbin Watson* yaitu sebesar 1,961. Terlihat hasil dari tabel *Durbin*

Watson dengan tingkat signifikansi 0,05, sehingga $n=305$, $k=4$ hasil nilai $dU= 1,830$ kemudian $dU < d < 4 - dU = 1,8308 < 1,961 < 2,1698$. Sehingga terima H_0 ,dengan artian tidak terdapat autokorelasi serta positif ataupun negatif.

e. **Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengukur mengenai ada atau tidak korelasi dengan variabel independen. Model tersebut dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi di setiap variabel independen. Berikut merupakan standar yang digunakan dalam mengetahui apakah terdapat multikolinieritas:

- 1) Nilai Tolerance $> 0,1$ yaitu tidak terjadi multikolinearitas
- 2) Nilai VIF < 10 yaitu tidak terjadi multikolinearitas

Tabel 4.18

Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,881	1,135	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0,440	2,271	Tidak terjadi multikolinieritas
X3	0,450	2,224	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel tersebut diketahui bahwa hasil dari pengujian multikolinieritas yaitu sebagai berikut:

a) Nilai Tolerance

- (1) Nilai tolerance pada variabel fitur yaitu $0,881 > 0,1$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

(2) Nilai tolerance pada variabel kemudahan penggunaan *mobile banking* yaitu $0,440 > 0,1$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas

(3) Nilai tolerance pada variabel kepercayaan yaitu $0,450 > 0,1$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas

b) Nilai VIF

a. Nilai VIF pada variabel fitur yaitu $1,135 < 10$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

b. Nilai VIF pada variabel kemudahan penggunaan *mobile banking* yaitu $2,271 < 10$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

c. Nilai VIF pada variabel kepercayaan yaitu $2,224 < 10$ sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

Dari pengujian data tersebut dapat ditarik hasil bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk membaca nilai dari variabel dependen, dapat mengalami kenaikan ataupun sebaliknya, dan memahami indikasi pada hubungan antara variabel independen serta dependen.

Tabel 4.19

Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	B atau Koefisien
---------------------	------------------

Constant	8,403
X1	0,094
X2	0,209
X3	0,126

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Sesuai dengan tabel tersebut, ditarik hasil sebagai berikut:

$$Y = 8,403 + 0,094_1 + 0,209_2 + 0,126_3 + error$$

Keterangan :

Y : Minat Bertransaksi Online

X₁ : Fitur

X₂ : Kemudahan Penggunaan *mobile banking*

X₃ : Kepercayaan

Berikut merupakan penyajian bentuk dari persamaan untuk model regresi linier berganda:

- a. Nilai dari konstanta memberikan hasil positif 8,403. Dengan artian yaitu apabila fitur atau X1, kemudahan penggunaan *mobile banking* atau X2, serta kepercayaan atau X3 memiliki nilai sebesar 0, sehingga minat bertransaksi online atau Y memiliki nilai sebesar 8,403.
- b. Nilai dari koefisien regresi pada variabel fitur atau X1 yaitu positif 0,094. Dengan artian bahwa jika terdapat variabel independen yang lain diakui konstan serta nilai dari fitur atau X1 akan terjadi peningkatan, sehingga minat bertransaksi online tentu akan mengalami peningkatan sebesar 0,094.

- c. Nilai dari koefisien regresi pada variabel kemudahan penggunaan *mobile banking* atau X2 yaitu positif 0,209. Dengan artian bahwa jika terdapat variabel independen yang lain diakui konstan serta nilai dari kemudahan penggunaan *mobile banking* atau X2 akan terjadi peningkatan, sehingga minat bertransaksi online tentu akan mengalami peningkatan sebesar 0,209.
- d. Nilai dari koefisien regresi pada variabel kepercayaan atau X3 yaitu positif 0,126. Dengan artian bahwa jika terdapat variabel independen yang lain diakui konstan serta nilai dari kepercayaan atau X3 akan terjadi peningkatan, sehingga minat bertransaksi online tentu akan mengalami peningkatan sebesar 0,126.

Regresi linier berganda ini bisa dijadikan bayangan untuk lain waktu yang akan datang sesuai dengan perumusan dari penelitian pada variabel fitur, kemudahan penggunaan *mobile banking* dan kepercayaan terhadap variabel dari minat bertransaksi online. Hasil dari model tersebut memiliki nilai konstanta pada semua variabel independen ataupun dependen dengan sifat positif, sehingga apabila nilai konstanta pada variabel independen mengalami peningkatan secara individu atau bersama-sama variabel dependen dan akan mengalami peningkatan.

3. Uji t dan Uji F

Pada pengujian ini bertujuan untuk mencari pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen secara individu ataupun secara simultan, dengan pengujian sebagai berikut:

a. Uji t atau uji parsial

Uji t merupakan proses dari uji koefisien pada regresi parsial individu agar mengetahui hasil variabel independen atau X secara individu terdapat pengaruh pada variabel dependen atau Y. Berikut merupakan hipotesisnya:

Ha1 : Fitur tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online

H01 : Fitur terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online

Ha2 : Kemudahan penggunaan m-banking tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online

H02 : Kemudahan penggunaan m-banking terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online

Ha3 : Kepercayaan tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online

H03: Kepercayaan terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online

Nilai dari $\text{sig} < 0,05$ (α) dikatakan bahwa memiliki pengaruh secara signifikan atau nilai dari $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($\alpha/2; n-k-1$ atau $\text{df residual} = 0,05; 305$ menghasilkan nilai 1,965), sehingga terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

Tabel 4.20
Hasil Pengujian Uji t

Variabel Independen	Unstandardized coefficien		T	Sig	Keterangan
	B	Std. Error			
Fitur (X1)	0,094	0,036	2,632	0,009	Terdapat pengaruh
Kemudahan Penggunaan <i>mobile banking</i> (X2)	0,209	0,064	3,291	0,001	Terdapat pengaruh
Kepercayaan (X3)	0,126	0,058	2,146	0,033	Terdapat pengaruh

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Sesuai dengan nilai banding t_{hitung} dengan t_{tabel} , sehingga didapat $t_{\text{hitung}} 2,632 > 1,650$ (t_{tabel}) serta nilai sig pada variabel fitur yaitu $0,009 < 0,05$. Dengan artian, H_0 ditolak serta terima H_1 yaitu pada variabel fitur atau X1 berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel Y atau minat

bertransaksi online. Dilihat dari nilai koefisien pada regresi yaitu menunjukkan positif 0,094, sehingga di artikan fitur atau X1 berpengaruh secara positif terhadap variabel Y atau minat bertransaksi secara online.

2) Sesuai dengan nilai banding t_{hitung} dengan t_{tabel} , sehingga didapat $t_{hitung} 3,291 > 1,650 (t_{tabel})$ serta nilai sig pada variabel fitur yaitu $0,001 < 0,05$. Dengan artian, H_0 ditolak serta terima H_2 yaitu pada variabel kemudahan penggunaan *mobile banking* atau X2 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y atau minat bertransaksi secara online. Dilihat dari nilai koefisien pada regresi yaitu menunjukkan positif 0,209, sehingga di artikan kemudahan penggunaan *mobile banking* atau X2 berpengaruh secara positif terhadap variabel Y atau minat bertransaksi secara online.

3) Sesuai dengan nilai banding t_{hitung} dengan t_{tabel} , sehingga didapat $t_{hitung} 2,146 > 1,650 (t_{tabel})$ serta nilai sig pada variable kepercayaan yaitu $0,001 < 0,003$. Dengan artian, H_0 ditolak serta terima H_3 yaitu pada variabel kepercayaan atau X3 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y atau minat bertransaksi secara online. Dilihat dari nilai koefisien pada regresi yaitu menunjukkan positif 0,126, sehingga di artikan kepercayaan atau X3 berpengaruh secara positif terhadap variabel Y atau minat bertransaksi secara online.

b. Uji F atau Uji Simultan

Pengujian uji simultan bertujuan untuk menghitung antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen sesuai dengan nilai sig (probabilitas). Berikut merupakan hipotesis dari penelitian ini:

Ha4 : Fitur, kemudahan penggunaan *mobile banking* dan kepercayaan tidak terdapat pengaruh secara simultan antara terhadap minat bertransaksi secara online.

H04 : Fitur, kemudahan penggunaan *mobile banking* dan kepercayaan terdapat pengaruh secara simultan antara terhadap minat bertransaksi secara online.

Apabila nilai sig < 0,05, dapat dikatakan bahwa tolak H serta terima H. Dengan artian pada model regresi yang memperoleh signifikansi nilai $F > F(k;n-k = 2 : 100-2 = 2 ; 98)$ di dapat nilai 3,09), dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh terdapat pengaruh pada variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.21
Hasil Pengujian Uji Simultan atau Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	235,330	3	78,443	26,981	0,000
	875,116	301	2,907		

	1110,446	304			
--	----------	-----	--	--	--

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa besar nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , sehingga di menghasilkan $F_{hitung} = 26,981 > 1,650 = F_{tabel}$ serta nilai dari sig $0,000 < 0,05$. Dengan kesimpulan bahwa tolak H_0 serta terima H_1 , sehingga pada model regresi yang didapat adalah signifikan. Sebagai artian variabel X_1 , X_2 kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y atau minat bertransaksi secara online.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 bertujuan untuk memperlihatkan dari berubahnya variabel dependen (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen (X).

Tabel 4.22

Uji Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,460 ^a	,212	,204	1,705099

Sumber: Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22, 2024.

Hasil tabel 4.22 menunjukkan koefisien determinasi (R^2) yang disebut juga hubungan adalah sekitar 0,204%. Selain itu, KD (R Square) menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas pada variabel keterikatan yaitu 0,212. Ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas pada variabel keterikatan yaitu 21,0%, dan

tersisa 79,0% dipengaruhi variabel yang tidak ada dalam model. Temuan peneliti menunjukkan bahwa fitur, kemudahan penggunaan *m-banking*, dan kepercayaan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di desa kerik Magetan.

D. Pembahasan

Sesuai dengan pengujian yang telah dilakukan dari beberapa uji, sehingga dapat ditarik hasil pada setiap rumusan masalah. Dapat diketahui bahwa fitur, kemudahan penggunaan *mobile banking* dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi z bertransaksi secara online di Magetan . Sehingga diuraikan penjelasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Fitur Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Online di Magetan.

Sesuai pengujian yang telah dilakukan pada uji t menunjukkan hasil nilai sig yaitu $0,009 < 0,05$ sehingga tolak H_0 . Dengan artian bahwa fitur terdapat pengaruh secara signifikan.

Hal ini mengindikasikan bahwa fitur dalam *mobile banking* sudah tercapai untuk menimbulkan minat nasabah bertransaksi secara online. Dalam layanan fitur *m-banking* nasabah sudah menggunakan untuk bertransaksi secara online dengan jawaban *mobile banking* sudah menyediakan layanan perbankan secara cepat dan tepat merupakan salah satu kunci Generasi Z untuk dapat minat bertransaksi secara online, dalam hal ini fitur yang sudah

lengkap dalam aplikasi *mobile banking* dapat digunakan kapan saja untuk memenuhi kebutuhan dan Generasi Z sudah sering bertransaksi secara online dengan alasan bertransaksi dengan cepat dan tepat tidak menghabiskan waktu yang panjang. Dengan itu perbankan dapat memberikan fitur yang lengkap agar Generasi Z tetap minat untuk bertransaksi secara online.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan *mobile banking* Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Magetan.

Sesuai pengujian yang telah dilakukan pada uji t menunjukkan hasil nilai sig yaitu $0,001 < 0,05$ sehingga tolak H_0 . Dengan artian bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* terdapat pengaruh secara signifikan. Dari hasil tersebut dinyatakan bahwa, apabila kemudahan penggunaan *mobile banking* menyediakan layanan *mobile banking* dengan mudah diakses dan mudah digunakan dilakukan dengan baik, maka minat generasi z bertransaksi secara online akan mengalami peningkatan.

Dari hasil tersebut dinyatakan bahwa, apabila Kemudahan penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap minat bertransaksi secara online karena zaman sekarang cenderung melakukan segala sesuatu dengan cara praktis dan layanan *m-banking* sangatlah membantu untuk melakukan berbagai macam transaksi dengan cara mudah, dan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

Kemudahan penggunaan *mobile banking* hal yang sangat berpengaruh terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online dimana dengan menggunakan teknologi akan membuat seseorang dapat menerima sistem informasi dengan mudah. Dengan itu kemudahan penggunaan *M-Banking* banyak yang memberi jawaban jika *M-Banking* dapat membantu untuk melakukan transaksi dengan mudah dan mengakses informasi terkait promosi atau penawaran khusus dari bank, pemberian informasi terkait saldo, riwayat transaksi dan kebijakan bank di aplikasi *Mobile Banking* bersifat jelas, mudah diakses dan mudah digunakan.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Magetan.

Sesuai pengujian yang telah dilakukan pada uji t menunjukkan hasil nilai sig yaitu $0,001 < 0,05$ sehingga tolak H_0 . Dengan artian bahwa kepercayaan terdapat pengaruh secara signifikan. Dari hasil tersebut dinyatakan bahwa, apabila kepercayaan menyediakan layanan sistem perbankan dan transaksi yang aman dilakukan dengan baik, maka minat generasi z bertransaksi secara online akan mengalami peningkatan.

Dari hasil tersebut dinyatakan bahwa, apabila kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi secara online karena semakin nasabah percaya maka akan semakin berminat dan akan

semakin besar kemungkinan untuk memutuskan bertransaksi secara online.

Generasi Z akan berpegang atas dasar persepsi kepercayaan jika perusahaan dapat memberikan keyakinan apa yang membuat konsumen berminat untuk menggunakan produk yang ditawarkan, kepercayaan mendapatkan jawaban jika Generasi Z percaya dengan aplikasi *M-Banking* dapat menerima keluhan nasabah, dengan itu dari pihak bank memberikan layanan online di *M-Banking* agar lebih banyak lagi yang berminat untuk bertransaksi secara online. Minat Bertransaksi Menggunakan *M-Banking*, memiliki Kepercayaan yang tinggi yakin bahwa pihak perbankan mampu menjalankan penyelenggaraan transaksi, sehingga faktor Kepercayaan secara langsung mempengaruhi Minat nasabah dalam bertransaksi online. Jika seorang nasabah percaya dan yakin akan suatu kinerja sistem yang baik, maka nasabah akan menggunakan dan menganggap sebuah sistem tersebut akan menghasilkan hasil yang positif bagi para penggunanya..

4. Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Magetan.

Sesuai pengujian yang telah dilakukan pada uji F menunjukkan nilai sig yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga tolak H_0 terima H_1 , dengan artian bahwa fitur (X1), kemudahan penggunaan *mobile banking* (X2)

serta kepercayaan (X3) terhadap minat generasi z bertransaksi secara online di Magetan (Y) terdapat pengaruh secara signifikan.

Dari uji determinasi terlihat R-square 0,212 sehingga diperoleh hasil fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan secara simultan mempengaruhi minat bertansaksi secara online dengan besaran 21,0%, dan sisanya sebesar 79,0% merupakan pengaruh variabel lain. Oleh karena itu, hasil pengujian menyimpulkan bahwa fitur, kemudahan penggunaan *M-Banking* dan kepercayaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

Berdasarkan pada teori Jogiyanto, sesuai dengan pengujian bahwa beberapa faktor penentu minat bertransaksi secara online dalam penelitian ini ialah: kemudahan penggunaan, kepercayaan, sebab nasabah akan melakukan transaksi lebih lanjut dengan teknologi informasi ataupun fitur yang cepat akan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain dan nasabah didapatkan, dan nasabah akan merasa fitur yang lengkap mudah dan percaya dengan aplikasi *M-Banking* yang dioperasikan dengan serba cepat dan tidak lemot apalagi setelah aplikasi mengalami pembaruan seharusnya kinerja aplikasi semakin meningkat dan nasabah menjadi semakin mudah menggunakan untuk bertransaksi secara online dan efisien dalam memperoleh layanan; Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai terhadap teori yang dimaksud.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti mengambil judul pada penelitian ini yaitu “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan Mobile Banking dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Bertransaksi Secara Online Di Desa Kerik Magetan ”. Pengambilan responden sebanyak 305 Generasi Z yang mempunyai *Mobile Banking* dan melakukan transaksi secara online, kemudian melakukan pengumpulan data, menganalisis data dan sebagainya, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Pada pengujian yang dilakukan pada uji t dihasilkan bahwa terdapat pengaruh X1 terhadap Y secara signifikan. Hasil yang didapat pada pengujian X1 terhadap Y yaitu signifikan dengan nilai 0,009 lebih kecil 0,05, sehingga hal tersebut artinya tolak H01. Dengan artian terdapat pengaruh fitur secara signifikan dan positif terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.
2. Pada pengujian yang di lakukan pada uji t dihasilkan bahwa terdapat pengaruh X2 terhadap Y secara signifikan. Hasil yang didapat pada pengujian X2 terhadap Y yaitu signifikan dengan nilai 0,001 lebih kecil 0,05, sehingga hal tersebut artinya tolak H02. Dengan artian terdapat pengaruh kemudahan penggunaan *mobile banking* secara signifikan dan positif terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

3. Pada pengujian yang dilakukan pada uji t dihasilkan bahwa terdapat pengaruh X3 terhadap Y secara signifikan. Hasil yang didapat pada pengujian X3 terhadap Y yaitu signifikan dengan nilai 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga hal tersebut artinya tolak H03. Dengan artian terdapat pengaruh kepercayaan secara signifikan dan positif terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.
4. Pada pengujian yang dilakukan pada uji F dihasilkan nilai signifikan dengan nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga hal tersebut artinya tolak H04. Dengan artian fitur, kemudahan penggunaan *mobile banking*, dan kepercayaan terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap terhadap minat Generasi Z bertransaksi secara online di Desa Kerik Magetan.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diberikan:

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan kepada generasi z desa Kerik Kecamatan Takeran Magetan dapat bertransaksi secara online dan dapat menambah pengetahuan yang lebih baik tentang aplikasi *mobile banking*, sehingga Generasi Z dapat bertransaksi secara online menggunakan *mobile banking* dan tidak akan ketinggalan di zaman modern saat ini
2. Dalam penelitian ini dirasa masih belum sempurna serta banyak kekurangan, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan lebih baik dan penelitian ini dapat dijadikan referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yudin, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya,” *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya 2021).
- Ahyar Et Al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 384.
- Alifatul Laily Romadloniyah Dan Dwi Hari Prayitno, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan,” *Volume Iii No. 2, (2018)*.
- Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016),
- Andini Madaniah Nasution And Eko Suprayitn, “Pengaruh Penggunaan *E-Banking* Dan Perlindungan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (2022), 1205-1213
- Anissa Alvin, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan (Trust) dan Kemudahan *M-Banking* terhadap Minat Bertransaksi Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh),” *Skripsi* (Aceh: UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021)
- Arif Maulana Nizar and Abdul Yusuf, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Linkaja,” *J-mas: Jurnal Manajemen dan Sains*, 928
- Ba, Sulin, Paul A. Pavlou. Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums and Buyer Behavior. *Jurnal MIS Quarterly*. Volume 26, Nomor 3, (2002), 243-246.
- Badaruddin And Risma, “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak),” *Jurnal Margin Vol. 1 No. 1 (2021)*
- Cita Melasari, Agus Suroso, And Ade Banani, “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, *Privacy Risk*, *Time Risk*, Dan *Financial Risk* Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Muamalat,” *Jurnal Performance*. Volume 25 Nomor 1 (2018), 11 – 23.
- Dandy Kurnia, “Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan *Digital Banking* Jenius Pt. Bank Tabungan Pensiun Nasional,” *Jurnal Ug Vol.14 Edisi 08 (2020)*.
- Davis, F.D. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Technology. *Journal of MIS Quarterly*. (1989).
- Dewi dan Jatra. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. *Jurnal Article*, (2013).

- Doney And Cannon, 1997, An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer-Seller Relationships.
- Erni Suprianti , Ajeng Wahyuni. (Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Dan Pengetahuan Tentang Ekonomi Syariah Alumni Pesantren Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Alumni Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar). *Jurnal Falahiya*, Vol. 2, No. 2, (2023), 19.
- Fandy Tjiptono,. Buku Strategi Pemasaran. (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2002).
- Findy Meileny And Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica*, Vol. 4 No. 2 (2020).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Hardani Ahyar Et Al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020).
- Hasnan Habib Harahap, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*,” *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Padang Sidimpuan 2020)
- <https://kerik.magetan.go.id/portal/desa/profile-wilayah>, Diakses Pada Tanggal 13 Desember 2023 Waktu 09.20 Wib.
- <https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya> Diakses Pada Tanggal 31 Maret 2023 Waktu 22.00 Wib.
- Hurlock, Elizabeth B, *Buku Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*.(Jakarta : Erlangga, 2011).
- Husada, Dina Yulita, “ Analisis Fitur-Fitur Pada Aplikasi Perbankan Seluler Yang Mendorong Terbentuknya Keterikatan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Kelanjutan Penggunaan”. *Skripsi*. (Semarang:Universitas Diponegoro Semarang, 2019).
- I Gusti Bagus Putra Adiwijaya, “Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi
- Iin Suraya, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City”, *Jurnal Komunikasi*, Volume 6, Nomor 1, (2015), 12.
- Irmadhani, I dan Nugroho M.A. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi . *Skripsi* (Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta,2012), 1.
- Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Buku Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, cet 2, 2011), 113.

- Jogiyanto. *Buku Sistem Teknologi Keperilakuan*. (Yogyakarta : Andi, 2007).
- Johandri Iqbal, Heriyani, And Isroq Urrahmah, “Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*” *Jurnal Global Financial Accounting*, Vol. 05, No. 02 (2021) : 25
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, *Buku Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas. (Jakarta: Erlangga, 2012).
- Lesti, “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* (Pada Masyarakat Kec. Suli, Kab. Luwu),” *Skripsi* Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo (2019).
- Mislah Hayati Nasution, Sutisna, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking”, *Jurnal Nisbah*, Volume 1, Nomor1, (2015), 64-65.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2008), 180.
- Novita Sari, *Wawancara*, 28 Oktober 2023.
- Nurianda Aromatika,, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Lulusan Program Studi Pendidikan Teknik Bangunan Jurusan Teknik Sipil FT-UNP Terhadap Profesi Guru”, *Jurnal*, Volume 5, Nomor 2,(2018), 22.
- Peppers, Don and Martha Rogers, *Buku Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. (New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2004).
- Qomariyatus Sholihah, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Malang: Ub Press, 2020), 91.
- Rahmadi, *Metodologi Penelitian* (Banjarasin: Antasari Press, 2011).
- Rukma Ningrum, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Skripsi*,(Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu Tahun 2020)
- Saifudin Azwar, *Reliabilitas Dan Validitas* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 5.
- Sevia, *Wawancara*, 28 Oktober 2023
- Siti Indrayani, “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Kepercayaan (*Trust*),Dan Mutu *Internet Banking* Terhadap Keputusan Nasabah Bertransaksi Secara *Online*,” *Skripsi* : (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta, Pt. Rineka Cipta, 2005), 240.
- Tika, *Wawancara*, 23 November 2023.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: 2015), 177.

Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan Spss* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009)

