

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH BANK MUAMALAT
KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO DALAM
PENGUNAAN MUAMALAT DIN**

SKRIPSI



Oleh :

Tessa Rizki Suknawati
NIM 402180220

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

2022

ABSTRAK

Suknawati, Tessa Rizki. Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Dalam Penggunaan Muamalat DIN. *Skripsi*. 2022. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Yunaita Rahmawati, SE., M.Si., Ak.

Kata Kunci: Persepsi, Risiko, Manfaat, Harga

Setiap nasabah cenderung akan menggunakan suatu produk atau layanan apabila tidak memiliki atau sedikit mempunyai risiko. Namun fakta yang ditemukan dilapangan menunjukkan bahwa sebagai dari nasabah tetap menggunakan layanan Muamalat DIN dengan alasan tertentu walaupun mereka mengetahui dan kemungkinan merasakan risiko yang didapat ketika melakukan transaksi dari layanan Muamalat Din tersebut. Selain itu nasabah akan cenderung menggunakan suatu produk atau layanan yang memberikan manfaat atau imbalan yang lebih besar atau sama dengan terhadap apa yang diputuskan dan juga biaya transaksi yang rendah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN? 2) Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN? 3) Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN? 4) Apakah persepsi risiko, manfaat dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN?

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purpove sampling*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 97 responden nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Metode penelitian yang diambil dengan menggunakan kuesioner, yang sebelumnya di uji validitas dan reliabilitasnya untuk pengumpulan data penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah uji hipotesis, uji asumsi klasik, uji egresi linie sederhana, regresi linier berganda. Kemudian data yang diperoleh di olah menggunakan SPSS 24.0.

Hasil dari penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan secara parsial bahwa persepsi risiko, persepsi manfaat dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN. Berdasarkan uji F diperoleh bahwa persepsi risiko, persepsi manfaat dan harga secara simultan berpengaruh terhadap

keputusan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN.





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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

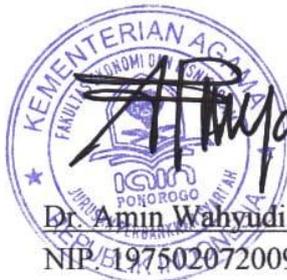
NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Tessa Rizki Suknawati	402180220	Perbankan Syariah	Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Dalam Penggunaan Muamalat Din

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

Ponorogo, 05 September 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

menyetujui,

Dosen Pembimbing


Yunaita Rahmawati, SE., M.Si., Ak.
NIP. 198406042019032012



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Dalam Penggunaan Muamalat Din

Nama : Tessa Rizki Suknawati

NIM : 402180220

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:

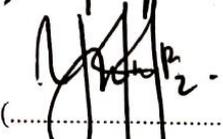
Ketua Sidang
Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak.
NIP. 197905252003122002


(.....)

Penguji I
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I
NIP. 197502072009011007

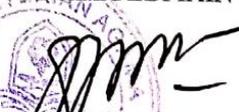

(.....)

Penguji II
Yunaita Rahmawati, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 198406042019032012


(.....)

Ponorogo, 21 September 2022
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Jumfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

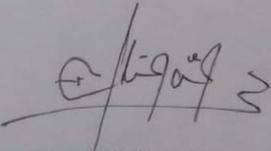
Nama : Tessa Rizki Suknawati
NIM : 402180220
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Dalam Penggunaan Muamalat DIN

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

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 02 November 2022
Penulis



Tessa Rizki Suknawati

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Tessa Rizki Suknawati

NIM : 402180220

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI RISIKO, MANFAAT DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO DALAM PENGGUNAAN MUAMALAT DIN”

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

Ponorogo, 05 September 2022

Pembuat pernyataan,



Tessa Rizki Suknawati

NIM 402180220

DAFTAR ISI

COVER	1
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	2
BAB I PENDAHULUAN.....	10
A. Latar Belakang	10
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. Persepsi Risiko	12
3. Persepsi Manfaat	13
4. Harga	14
5. Mobile Banking.....	15
B. Kajian Pustaka	20
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Rancangan Penelitian.....	30
B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	30
C. Lokasi Dan Periode Penelitian.....	33
D. Populasi Dan Sampel	33
E. Jenis dan Sumber Data.....	35
F. Metode pengumpulan data.....	36
G. Instrumen penelitian.....	37
H. Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	38
I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	39
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	45
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
B. Hasil Pengujian Instrumen.....	52
C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	62
D. Hasil Pengujian Hipotesis	67
E. Pembahasan.....	78
1. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN.....	78
2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN.....	79
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN.....	81
4. Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat dan Persepsi Harga secara Simultan terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN....	82
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perbankan kini telah menyediakan layanan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking* ini merupakan layanan tambahan bagi nasabah yang sudah mempunyai rekening. *Mobile banking* ini dapat digunakan pada smartphone yang berbasis android dan *windows*.¹ *Mobile banking* merupakan layanan yang mempermudah nasabah untuk bertransaksi secara online. Nasabah dapat menggunakan layanan tersebut untuk mengecek saldo, transfer, melakukan pembayaran segala macam dan juga melihat mutasi saldo tanpa harus bersusah payah untuk datang langsung ke bank. Layanan *mobile banking* ini juga dapat digunakan sewaktu-waktu dan dimanapun tempatnya. Maka dari itu dapat menghemat waktu, tenaga dan juga pikiran bagi nasabah yang memiliki kesibukan tinggi. Hal ini menjadi salah satu faktor bagi perbankan untuk dapat memberikan kualitas layanan yang terbaik bagi nasabah agar terus berkembang.²

Persepsi manfaat merupakan sudut pandang seseorang ketika manfaat yang dirasakan dapat meningkatkan kinerja aktivitas yang

¹ Yeni Anda, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo", *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 1.

² Diana Syintia, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Kedaton Bandar Lampung)", *Skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020), 10.

dilakukan.³ Perubahan yang sangat peka kita rasakan adalah perkembangan teknologi dan komunikasi. Apabila kita dapat menggunakan dengan baik maka secara tidak langsung dapat memberikan manfaat bagi penggunanya. Perkembangan Teknologi tersebut akan digunakan apabila mendatangkan manfaat bagi nasabah atau konsumen. Teknologi dapat dikatakan bermanfaat apabila seseorang yakin bahwa sesuatu yang dilakukan tersebut mampu meningkatkan kinerja yang dilakukan. Pemanfaatan teknologi di dunia perbankan di inovasikan dengan munculnya layanan internet yang digunakan untuk mempermudah berbagai transaksi kebutuhan nasabah. Layanan *mobile banking* yang digunakan dengan baik mampu menjawab keluhan nasabah, terlebih di era globalisasi seperti sekarang.⁴

Risiko adalah perkiraan subyektif nasabah untuk mengalami kerugian atas hasil yang diinginkan. Akibat dari risiko yang timbul, cenderung nasabah akan enggan melakukan transaksi maupun kegiatan lain menggunakan layanan Muamalat DIN(*mobile banking*). Selain manfaat yang dapat diambil, tentunya terdapat risiko yang harus diterima dari sesuatu transaksi atau kegiatan yang dilakukan. Hal tersebut muncul karena risiko yang dirasakan atau didapat setiap nasabah berbeda-beda.⁵

³Muhammad Fatih I'tishom dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay", *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, Volume 22, Nomor 4, 2020, 515.

⁴ Nurul Mukaromah, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Resiko dan Fitur Layanan Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang", *Skripsi*, (Malang: UIN Malang, 2020), 1.

⁵Ibid., 2.

Istilah harga dalam kegiatan bisnis jasa adalah tarif ataupun biaya tambahan.⁶Selain manfaat dan juga risiko yang di dapatkan oleh nasabah, fitur-fitur layanan yang ada dalam suatu *mobile banking* tentunya tidak lepas dari patokan harga. Yang dimaksud adalah ketika nasabah melakukan transaksi melalui layanan *mobile banking*, pasti akan mengurangi jumlah saldo yang ada sebelumnya karena digunakan sebagai pengganti biaya transaksi.⁷

Berdasarkan data yang disajikan bank dalam hasil wawancara dengan Branch Manager Bank Muamalat KCP Ponorogo, mengatakan bahwa dalam kurun waktu tiga tahun kebelakang mulai tahun 2018 sampai dengan 2020 terjadi peningkatan pada penggunaan aplikasi Muamalat DIN. Dikatakan bahwa nasabah pengguna Muamalat DIN pada tahun 2018 sebesar 1.112 nasabah, tahun 2019 sebesar 1.380 nasabah, dan tahun 2020 sebesar 1.854 nasabah. Hal tersebut jelas membuktikan bahwa adanya peningkatan pada penggunaan aplikasi Muamalat DIN.⁸

Namun berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Ponorogo atau bisa disingkat dengan Bank Muamalat KCP Ponorogo, menyatakan bahwa terdapat keluhan pada penggunaan aplikasi layanan *mobile banking*. Wawancara pertama dilakukan bersama narasumber pengguna *mobile banking*, ia mengatakan bahwa aplikasi layanan *mobile banking* (Muamalat DIN) ini nyaman digunakan karena fitur

⁶Muhammad Fatih I'tishom dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay", *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 22, No. 4, 2020, 516.

⁷ Taufiq Akbar, "Dampak Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online", *Skripsi*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020), 5.

⁸ Pandu Bagaskara (Branch Manager Bank Muamalat KCP Ponorogo), *wawancara*, 23 Maret 2022

layanan yang diberikan cukup sederhana (tidak mempunyai banyak menu) yang memudahkan penggunaan secara langsung tidak bertele-tele atau memakan waktu lama. Namun disisi lain juga mengalami keluhan dalam menggunakan *mobile banking* (Muamalat DIN) yaitu gangguan jaringan yang terkadang *error* yang mengakibatkan transaksi gagal tetapi saldo sudah terpotong (terdebet).⁹

Hasil wawancara yang kedua yaitu dengan narasumber pengguna *mobile banking* (Muamalat DIN) pada Bank Muamalat KCP Ponorogo. Menurutnya penggunaan *mobile banking* ini sangat memudahkan ia dalam pengecekan saldo akhir pada rekening tabungannya serta digunakan untuk kegiatan transfer sesama bank ataupun ke bank yang lain. Namun ia merasa kurang puas karena terkadang terjadinya kesalahan lupa kata sandi ketika transaksi menggunakan Muamalat DIN, mengingat banyak sekali kata sandi lain yang dimilikinya dan juga masih minimnya gerai ATM yang belumtersebar.¹⁰

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dengan judul Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* menyatakan bahwa ketiga variabel X tersebut berpengaruh signifikan dan positif. Hal tersebut ditunjukkan pada layanan *mobile banking* yang memiliki kesesuaian terhadap kebutuhan mahasiswa UIN Malang yang disebabkan mampu memenuhi kebutuhan transaksi yang mudah.¹¹

⁹ Zuhria, *Wawancara*, 11 November 2021

¹⁰ Zahrotunnisa, *Wawancara*, 26 Januari 2022

¹¹ Nurul Mukaromah, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*, *Skripsi*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020), 66.

Hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan judul Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*, secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* karena berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar 32,161 > 2,73 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima.¹²

Menurut penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan *Flashsale* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X dengan variabel Y, dibuktikan dengan dari hasil nilai signifikansi sebesar 0,039 dan F_{hitung} sebesar 3,359.¹³

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat dan Harga terhadap Keputusan Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam Penggunaan Muamalat DIN. Yang bertujuan untuk menganalisis adanya pengaruh dari variabel X tersebut apakah sudah mampu mengatasi kebutuhan transaksi sehari-hari nasabah, jika belum diharapkan penelitian ini mampu dijadikan sebagai jawaban atas pertanyaan nasabah mengenai *mobile banking*.

¹² Mario Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*" *Skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), 89.

¹³ Akhmad Ilham Saifulloh, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan *Flashsale* Shopee Di Kalangan Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), 80.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN?
4. Apakah persepsi risiko, manfaat dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko, manfaat dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo dalam penggunaan Muamalat DIN.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, kiranya penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah.
- b. Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu ekonomi islam dan pengembangan perbankan syariah kedepannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik sebagai peningkatan persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah.
- b. Diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak perusahaan agar perusahaan lebih berkembang.

Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan, tata cara yang digunakan untuk menyelesaikan suatu penelitian yang didalamnya terdapat pendahuluan, teori, metode penelitian, serta hasil pembahasan penelitian. Langkah ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun sebuah penelitian agar tercapai apa yang diharapkan dan juga mempermudah pembahasan pada setiap bab nya. Berikut sistematika pembahasan penelitian ini.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan dari latar belakang masalah mengenai persepsi risiko, persepsi manfaat dan harga yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *mobile banking*. Sehingga dapat diambil kesimpulan dari latar belakang keputusan penggunaan tersebut, fakta yang terjadi di lapangan dan hasil dari penelitian terdahulu terdapat perbedaan antara teori dan fakta yang terjadi sehingga peneliti dapat menemukan rumusan masalah dan juga tujuan masalah.

BAB II: LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS.

Bab ini ditujukan untuk menguraikan dasar-dasar teori yang digunakan peneliti meliputi teori keputusan, teori persepsi risiko, teori persepsi manfaat dan teori harga. Kajian penelitian terdahulu mengenai apa saja persamaan dan juga perbedaan serta hasil dari penelitian terdahulu. Kerangka berpikir berisi tentang bagaimana pola pikir peneliti terhadap hubungan antara variabel dan hipotesis yang merupakan dugaan sementara peneliti.

BAB III: METODE PENELITIAN

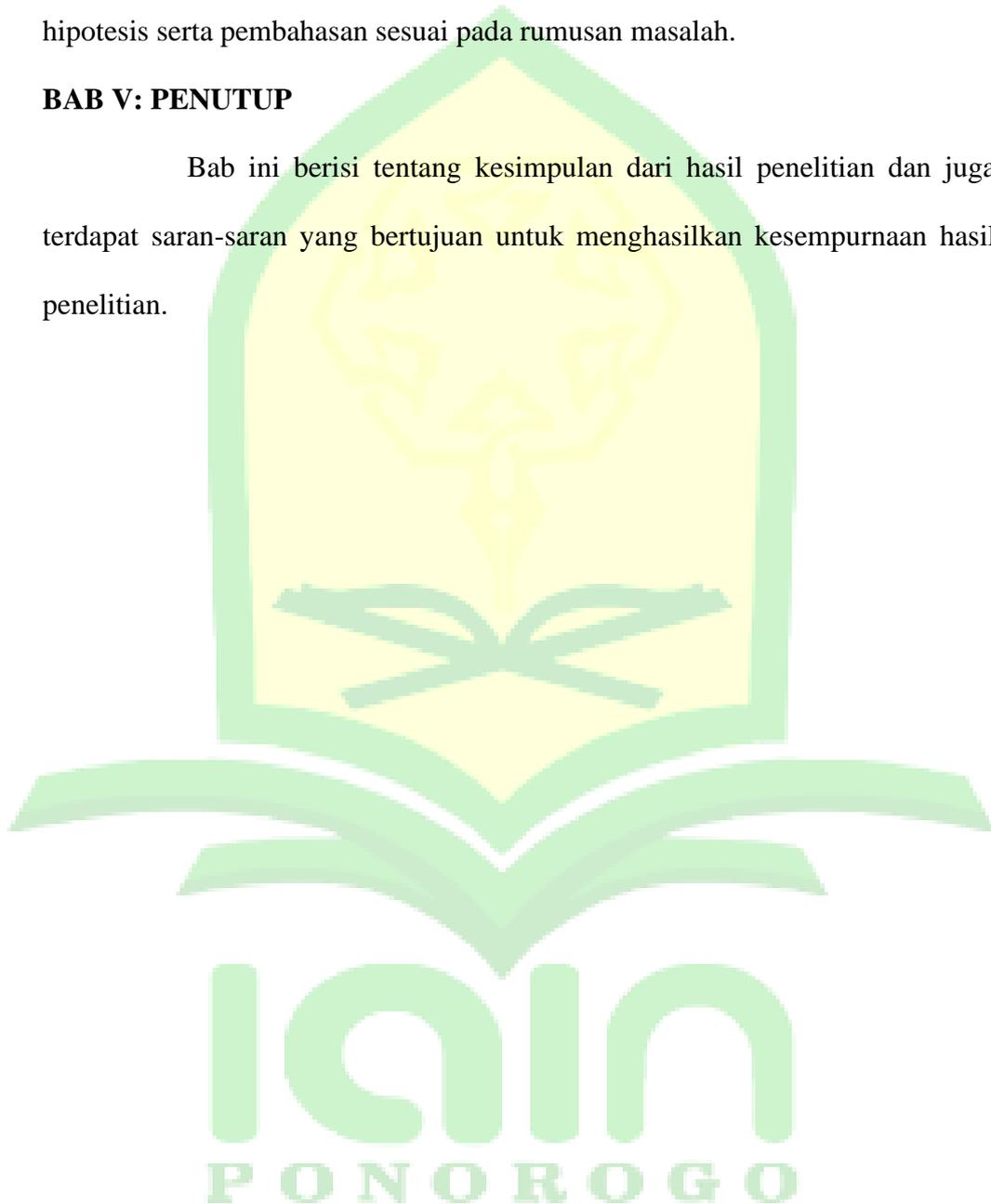
Pada bab ini berisi tentang rancangan penelitian, variabel penelitian, dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrument penelitian validitas dan reliabilitas instrumen serta teknik pengolahan dan analisis data. Bab ini ditujukan untuk menguraikan prosedur penelitian dari mulai pengambilan data hingga mengolah data penelitian untuk diambil kesimpulannya.

BAB IV: PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum obyek penelitian, hasil pengujian instrument, hasil pengujian deskriptif dan hasil pengujian hipotesis serta pembahasan sesuai pada rumusan masalah.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan juga terdapat saran-saran yang bertujuan untuk menghasilkan kesempurnaan hasil penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

Deskripsi Teori

Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller mengatakan bahwa pembuatan keputusan diartikan sebagai tindakan yang sadar untuk dipilih diantara tindakan alternatif.¹⁴ Menurut Ralp C.Davis, keputusan adalah hasil dari pemecahan masalah yang diambil dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban pasti dari akhir pertanyaan. Keputusan harus mampu menjawab semua pertanyaan yang dibahas dalam kaitannya dengan perencanaan.¹⁵

Menurut Schiffman dan Kanuk, pengambilan keputusan mampu dilihat sebagai Reliabilitas suatu sistem yang terdiri dari *input*, proses dan *output*. Dimana dalam hal ini terdapat tiga tahapan yaitu proses adanya kebutuha, pencarian informasi sebelum membeli dan penilaian pada alternatif.¹⁶

Pengambilan keputusan merupakan cara untuk menilai dan menjatuhkan sebuah pilihan. Keputusan diambil setelah dilakukan beberapa perhitungan dan juga pertimbangan dari alternatif yang telah ada. Sebelum suatu pilihan diambil atau diputuskan, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui oleh si pembuat keputusan. Tahapan tersebut mulai dari mengidentifikasi masalah utama kemudian menyusun alternatif-alternatif

¹⁴ Hengki Mangiring Parulian Simarmata dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Yayasan Kita Menulis: 2021), 102.

¹⁵ Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: Zahir Publishing,2021), 1.

¹⁶ Nora Anisa dkk, *Perilaku Konsumen*, (IOCS Publisher: 2021), 5.

masalah yang telah diambil hingga sampai pada pengambilan keputusan yang terbaik.¹⁷

Perilaku konsumen merupakan perbuatan yang ditunjukkan dengan cara pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian serta penentuan produk maupun jasa yang mereka harapkan agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Ada beberapa faktor yang dapat diambil oleh konsumen dalam keputusan memilih produk ataupun jasa. Beberapa faktor keputusan memilih atau keputusan pembelian maupun penggunaan suatu produk atau jasa adalah faktor pribadi, faktor sosial, faktor psikologis dan juga faktor budaya.

Faktor pribadi dalam keputusan pembelian suatu produk atau jasa adalah faktor yang mengunggulkan karakteristik konsumen. Dalam faktor pribadi ini meliputi usia, siklus tahapan perkembangan manusia, pekerjaan, dll. Konsumen akan mengubah barang atau produk jasa yang mereka beli sesuai dengan keadaan kehidupan yang terus berubah.

Faktor sosial adalah faktor lingkungan sekitar konsumen yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Partner kerja, teman, tetangga merupakan salah satu kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Sedangkan dalam faktor psikologis, variabel psikologisna dapat dibedakan menjadi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan serta sikap.

¹⁷ Hadion Wijono, *Teknik Pengambilan Keputusan*, (Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 1.

Faktor budaya merupakan faktor yang mempunyai pengaruh paling luas dan juga paling dalam serta penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar pada konsumen. Nilai-nilai, keyakinan-keyakinan dan aturan atau norma yang melingkupi suatu masyarakat akan mempengaruhi tindakan dan sikap masyarakat tersebut.¹⁸

Persepsi Risiko

Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Kotler mengatakan bahwa persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.¹⁹

Risiko menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan sebagai akibat yang kurang menyenangkan, merugikan dan membahayakan dari suatu tindakan. Kaitannya dalam pembelian atau dapat disamakan dengan penggunaan, persepsi risiko menjadi salah satu faktor utama sebelum keputusan pembelian atau penggunaan dilakukan.

Terdapat lima teori persepsi risiko kaitannya dengan perilaku konsumen:

- a. *Finansial risk* (risiko yang kaitannya dengan keuangan), risiko ini terjadi adanya kemungkinan untuk kehilangan uang ketika konsumen

¹⁸ Nurmawati, *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*, (Anggota IKAPI: 2018), 1-2.

¹⁹Hengki Mangiring Parulian Simarmata dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Yayasan Kita Menulis: 2021), 40.

atau nasabah salah mengambil keputusan dalam melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk.

- b. *Performance risk* (risiko kinerja) atau juga bisa disebut dengan *functional risk*, risiko ini kaitannya dengan ungkapan konsumen atau nasabah ketika produk atau jasa yang digunakan tidak seperti apa yang diharapkan.
- c. *Physical risk* (risiko fisik), risiko ini dianggap konsumen atau nasabah akan berpotensi melukai konsumen atau nasabah secara fisik ketika kesalahan terjadi saat transaksi dilakukan.
- d. *Social risk* (risiko ini dianggap konsumen atau nasabah akan berpotensi menimbulkan kerugian secara status sosial yang kaitannya dengan keputusan pembelian atau transaksi yang dilakukan).
- e. *Psychological risk* (risiko ini dianggap akan menimbulkan risiko yang merugikan harga dirinya ketika keputusan membeli atau menggunakan suatu produk ataupun layanan tertentu).²⁰

Persepsi Manfaat

Persepsi adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Kotler mengatakan bahwa persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan

²⁰ Dewi Indriani Jusuf, *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*, (Yogyakarta: Andi, 2021), 51.

menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti.²¹

Jogiyanto menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu pandangan yang mengukur sejauh mana seseorang mempunyai rasa percaya bahwa penggunaan teknologi mampu meningkatkan kinerja pekerjaannya.²² Teori Davis juga menyatakan hal yang sama bahwa manfaat dapat dirasakan ketika mengacu pada sejauh mana nasabah memandang teknologi dapat meningkatkan kinerjanya.²³

Harga

a. Definisi Harga

Harga merupakan penentuan nilai uang-barang dan harga barang. Dengan adanya harga maka produsen maupun konsumen dapat menjual atau membeli barang/ jasa yang mereka miliki atau inginkan dengan harga umum dan dapat diterima kedua belah pihak serta dapat diambil manfaatnya pada waktu dan tempat tertentu.²⁴

b. Prosedur Penetapan harga

- 1) Perusahaan atau perbankan harus hati-hati dalam menyusun tujuan-tujuan pemasarannya

²¹Hengki Mangiring Parulian Simarmata dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Yayasan Kita Menulis: 2021), 40.

²²Ani Herwatin dkk, *Antologi Pustakawan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), 7.

²³Jeffry Z.C dkk, *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 8.

²⁴Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Guepedia: 2018), 26.

- 2) Perusahaan atau perbankan menentukan kurva permintaan untuk kemungkinan jumlah produk yang akan terjual dalam periode tersebut pada tingkat-tingkat harga alternatif.
 - 3) Perusahaan atau perbankan memikirkan besarnya biaya pada setiap produksi yang berbeda-beda.
 - 4) Perusahaan atau perbankan diharuskan mengamati harga-harga pesaing sebagai patokan dalam menentukan harga jual nya sendiri.
 - 5) Perusahaan atau perbankan memilih salah satu metode penetapan harga yang diambil.
 - 6) Perusahaan atau perbankan memutuskan untuk memilih harga final yang akan dipasarkan kepada konsumen atau nasabah.
- c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga
- 1) Memperkirakan permintaan produk yang dijual kepada konsumen atau nasabah.

- 2) Timbulnya reaksi dari pesaing.²⁵

Mobile Banking

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses melalui ponsel seperti *SMS banking* namun memiliki tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. Adanya layanan *mobile banking* ini merupakan berkat kerjasama dengan operator seluler dimana pada SIM Card (kartu chip seluler) *Global for Mobile Communication* (GSM) telah di pasang program khusus yang dapat digunakan untuk kegiatan transaksi perbankan.

²⁵Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), 169.

Dengan begitu, proses transaksi perbankan akan jauh lebih cepat dan mudah dibandingkan dengan *SMS banking*. Berikut jenis transaksi *mobile banking*:

1. Transfer dana
2. Mutasi rekening
3. Informasi saldo
4. Informasi nilai tukar
5. Pembayaran (kartu kredit, PLN, *telephone*, *handphone*, listrik, asuransi)
6. Pembelian (pulsa isi ulang, saham)²⁶

Perbedaan *mobile banking* dan *internet banking* terdapat pada akses dan cara penggunaannya. *Mobile banking* hanya dapat diakses melalui aplikasi yang telah disediakan pihak bank melalui ponsel. Sedangkan *internet banking* dapat diakses melalui apapun seperti *browser*, *notebook*, dan juga ponsel.²⁷

Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) merupakan aplikasi layanan *mobile banking* Bank Muamalat yang dapat digunakan dimana saja dan kapan pun oleh penggunanya baik nasabah atau non nasabah. Beragam fitur menarik yang disediakan oleh Muamalat DIN seperti Fitur Finansial dan juga Fitur Non Finansial.

²⁶[Layanan Digital Banking :: SIKAPI :: \(ojk.go.id\)](https://ojk.go.id) (diakses pada tanggal 3 Februari 2022, jam 18.38).

²⁷ Jeffry Z.C dkk, *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*, (Media Sains Indonesia: 2021), 5.

Fitur finansial yang ada di Muamalat DIN ini memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke bank. Sedangkan fitur non finansial dilengkapi dengan informasi produk dan juga layanan untuk mempermudah nasabah mengetahui berbagai produk perbankan Muamalat, kantor cabang dan lokasi ATM, konten islami (Daily Hadist, kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal solat), serta layanan “hubungi kami” yang mempermudah pengguna untuk menghubungi. Fitur-fitur *mobile banking*:

1. Transfer antar Muamalat, transfer online antar bank, SKN, RTGS.
2. Pembayaran dan *top up*:
 - a. Zakat (BMM, Baznas, Rumah Zakat dan Dompot Dhuafa).
 - b. PLN (pascabayar, token dan non tagihan).
 - c. Ponsel pascabayar (Halo, Indosat Ooredoo, XL Xplor, Tri Prospa, Smartfren).
 - d. Telkom (Telkom Pay dan Internet Telkom).
 - e. Pulsa ponsel (telkomsel, XL, Indosat, Tri, Smartfren).
 - f. Paket data (XL MDS, Telkomsel dan Indosat).
 - g. TV berlangganan (MN Vision, Transvision, Topas TV).
 - h. Uang elektronik (OVO, Gopay, Link Aja dan Link Aja Syariah).
 - i. Tiket (garuda, Air line), Virtual Account, DPLK Syariah Muamalat.
3. Pembukaan rekening online:
 - a. Tabungan IB ijarah
 - b. Tabungan haji

c. Deposito

4. Transaksi pembayaran QRIS (scan atau upload QR)
5. Cek saldo instan (tanpa harus login)
6. Tampilkan / Sembunyikan Saldo Pembukaan Rekening untuk Nasabah Baru melalui fitur Smart Account Opening (SAO) Juga terdapat fitur limit dan biaya transaksi:

a. Limit transaksi

Type Transaksi	Limit per hari (Rp)	Limit per transaksi (Rp)	Minimum limit /Transaksi (Rp)
Transfer Antar Muamalat	250.000.000	250.000.000	10.000
Transfer Antar Bank Lain	25.000.000	10.000.000	10.000
SKN	100.000.000	100.000.000	10.000
RTGS	250.000.00	250.000.000	100.000.001
Isi Ulang Pulsa	2.000.000	Sesuai dengan type Denominasi dari masing-masing provider	Sesuai dengan type Denominasi dari masing-masing provider
MQRIS	10.000.000	5.000.000	1

Top up e-Money (Gopay, Ovo, Link Aja dan Link Aja Syariah)	Sesuai dengan ketentuan masing-masing penyedia layanan	2.000.000	Sesuai dengan ketentuan masing-masing penyedia layanan
---	--	-----------	--

b. Biaya transaksi²⁸

Fitur Transaksi		Biaya (Rp)
INFORMASI		
1	Informasi Saldo	Gratis
2	Informasi Mutasi Transaksi	Gratis
TRANSFER		
1	Transfer antar Bank Muamalat	Gratis
2	Transfer ke Bank lain	Rp 6.500
3	Transfer ke Bank lain (SKN)	Rp 2.900
4	Transfer ke Bank lain (RTGS)	Rp 25.000
PEMBAYARAN		
1	Pembayaran Telko	Gratis
2	Pembayaran PLN Postpaid & Nontaglis	Rp 3.500
3	Pembayaran Telkom Pay (PSTN)	Rp 2.500
4	Pembayaran Internet Telkom	Rp 2.500
5	Pembayaran TV Berlangganan :	
	- MNC Vision [IndoVision/ Top TV/ OkeVision]	Gratis
	- Telkomvision/ Transvision	Rp 2.500
6	Pembayaran Tiket :	
	Garuda Airlines	Rp 7.500
7	ZIS (Zakat, Infaq & Shadaqoh) :	
	- <i>BMM</i>	Gratis
	- <i>Baznas</i>	Gratis
	- <i>Rumah Zakat</i>	Rp 1.500

²⁸[Bank Muamalat](#) (Diakses pada tanggal 11 November 2021, jam 10.45).

	- <i>Dompot Dhuafa</i>	Rp 1.500
8	DPLK Syariah Muamalat	Rp 1.000
9	Virtual Account Muamalat	Rp 1.000
10	Pembayaran QRIS	Gratis
Isi Paket Data		
1	Telkomsel	Rp 1.500
2	XL	Gratis
3	Indosat	Gratis
Isi Ulang Pulsa		
1	Pembelian Prepaid/Token PLN	Rp 3.500
2	Pembelian Pulsa Isi Ulang Telko	
	Telkomsel	Rp 1.500
	XL	Rp 1.500
	Indosat	Rp 1.500
	Tri	Gratis
	SmartFren	Gratis
Isi ulang uang elektronik		
1.	Gopay	Rp 2.000
2.	Link Aja & Link Aja Syariah	Rp 1.500
3.	Ovo	Rp 1.500 (mengurangi saldo ovoyang diisi)

Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah penelusuran hasil-hasil kajian terdahulu yang relevan atau memiliki kedekatan objek penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan.²⁹ Dalam kajian pustaka peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

²⁹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 37.

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mario Ledesman, 2018 ³⁰	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya)	Persamaan variabel X dan Y	Kasus pada penambahan variabel X
2.	Akhmad Ilham Saifulloh, 2019 ³¹	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Kalangan Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Persamaan variabel X ₁ dan X ₂	Lokasi penelitian dan objek penelitian
3.	Hamid Bone, Praja Hadi Saputra Dan, 2019	Faktor Individu, Persepsi Risiko, Dan	Sama-sama membahas tentang persepsi	Hanya membahas satu variabel dari X

³⁰ Mario Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking," *skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018).

³¹ Akhmad Ilham S, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Kalangan Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya", *skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019).

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Sikap Terhadap Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal	risiko	maupun Y
4..	Ratna Asri Saras Sati dan M.Ramaditya, 2019	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)	Variabel X ₁ dan X ₂	Lokasi dan objek penelitian
5.	Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan, 2020 ³²	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet	Sama-sama membahas tentang variabel beba (risiko) dan produk layanan online suatu bank	Kasus perbedaan pada variabel X

³²Arif Pribadi, "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking," Jurnal Visionida, Volume 6, Nomor 2, (2020)

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat)		
6.	MHD Taufiq Akbar, 2020 ³³	Dampak Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online	Persamaan pada salah satu variabel X yaitu harga	Perbedaan salah satu variabel X dan variabel Y
7.	Muhammad Ammyl Gustiany dan Arjuna Wiwaha, 2020	Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Debit Bank BCA	Terdapat variabel X ₁ dan X ₂	Hanya membahas tentang persepsi manfaat dan risiko
8.	Muhammad Fatih I'tishom, Sri Martini, Weni Novandari Dan 2020	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay	Membahas variabel X yang sama	Perbedaan variabel Y dan juga penambahan variabel X
9.	Nopy Ernawati dan	Pengaruh	Kasus	Perbedaan

³³ MHD Taufiq A, "Dampak Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online," *Skripsi*, (Malang: UIn Maulana Malik Ibrahim, 2020).

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Lina Noersanti, 2020	Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo	varibel X	pada pembahasan variabel Y
10.	Nurul Mukaromah, 2020 ³⁴	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang	Sama-sama membahas variabel X dan Y	Tidak membahas tentang variabel X ₃ (harga)
11.	Destia Ramadhani, 2021	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan	Pembahasan variabel X	Lokasi penelitian dan variabel Y yang diteliti

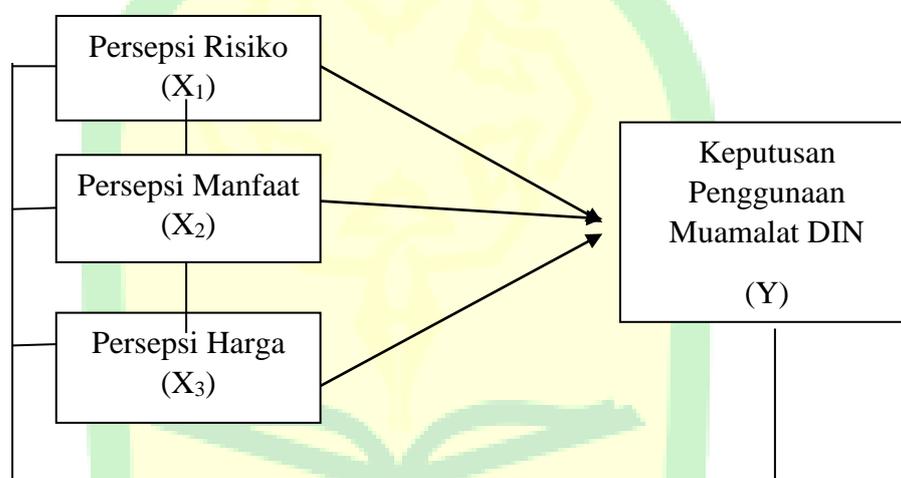
³⁴ Nurul Mukaromah, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang," *skripsi*, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020).

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Layanan Uang Elektronik Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandar Lampung)		
12.	Nadhif Shidqi Hibatullah, 2022	Pengaruh Kualitas Informasi Dan Risiko Penggunaan Terhadap Kepercayaan Penggunaan Layanan Aplikasi Bni Mobile BANKING	Membahas Variabel Y Yang Sama	Lokasi Penelitian
13.	Nadila.T.Oktapiani Sinulingga, 2022	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Pt. Bank	Membahas Variabel Persepsi Manfaat Dan Juga Variabel Y Yang Sama	Lokasi Penelitian Dan Obyek Penelitian

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Syariah Indonesia, Tbk Kc Medan Adam Malik Di Masa Pandemi Covid-19		
14.	Isnayanti, 2022	Pengaruh Kenyamanan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Action Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang	Membahas Variabel Persepsi Manfaat Dan Juga Variabel Y Yang Sama	Lokasi Penelitian Dan Obyek Penelitian
15.	Rilin Andini, 2022	Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Studi Pada Bank Muamalat KCP Palopo	Membahas Sebagian Kecil Variabel Y Yang Sama	Lokasi Penelitian

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Dari penelitian ini, kerangka berpikir yang digunakan yaitu: variabel bebas/ X nya adalah persepsi risiko (X_1), persepsi manfaat (X_2) dan harga (X_3), sedangkan variabel terikat/ Y nya adalah keputusan penggunaan Muamalat DIN.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari kebenaran yang masih mungkin bisa dicari dalam suatu penelitian.³⁵ Berdasarkan paparan kerangka berpikir diatas, maka hipotesis yang diajukan peneliti adalah:

1. Persepsi risiko (X_1)

H_0 :persepsi risiko tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 105.

Ha : persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.



2. Persepsi manfaat (X_2)

H_0 :persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

H_a :persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

3. Harga (X_3)

H_0 :persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

H_a :persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

4. Persepsi risiko, persepsi manfaat dan persepsi harga

H_0 :persepsi risiko, persepsi manfaat dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

H_a :persepsi risiko, persepsi manfaat dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

BAB III

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Kartini Kartono mengemukakan “penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat”.³⁶ Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai metode yang didasarkan pada filsafat positivisme, dimana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian.

Analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, yang memiliki tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan.³⁷ Penelitian kuantitatif menekankan pada penggunaan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui dan kemudian diolah menggunakan metode statistik.

Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala hal yang telah diambil peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi dari penelitian

³⁶ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: CV Mundur Maju, 1996), hal 32.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 23.

tersebut yang akhirnya dapat ditarik kesimpulan. Dinamakan variabel karena memang terdapat variasi dari suatu subyek maupun obyek yang diteliti. Variabel adalah sifat yang dapat diukur dan memiliki variasi dari obyek yang diteliti kemudian menghasilkan data yang bersifat kategori atau data kontinum (ordinal, interval dan ratio).

Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian terbagi menjadi dua, yakni variabel dependen dan variabel independen. Berikut penjelasannya:

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas (X) dari penelitian ini ada tiga yaitu persepsi risiko (X_1), persepsi manfaat (X_2), dan harga (X_3).

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat dari adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikat (Y) nya adalah keputusan penggunaan Muamalat DIN.

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah sifat-sifat objek yang sudah didefinisikan dan diamati.³⁸ Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengertian setiap variabel menurut konteks penelitian ini, maka definisi operasional penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

³⁸ Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 115.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
Persepsi risiko (X_1)	Sudut pandang tentang ketidak pastian dan juga konsekuensi yang tidak sesuai dari penggunaan Muamalat DIN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk 2. Harga 3. Informasi pribadi 4. Waktu 5. Kenyamanan
Persepsi manfaat (X_2)	Keyakinan nasabah terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan efisiensi 2. Menambah produktivitas 3. Menjadi lebih mudah 4. Mempengaruhi tingkat kinerja individu yang menggunakan
Harga (X_3)	Penggunaan alat tukar transaksi jual beli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y)	Tindakan dari nasabah untuk mau menggunakan Muamalat DIN	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Mobile banking</i> merupakan layanan yang bijaksana 2. <i>Mobile banking</i> merupakan layanan yang nyaman 3. <i>Mobile banking</i> merupakan layanan yang positif 4. <i>Mobile banking</i> merupakan layanan' yang menarik

Sumber data diolah 2022

Lokasi Dan Periode Penelitian

Arikunto menyatakan, “tempat penelitian dapat dilakukan di lingkungan sekolah, di keluarga, di masyarakat, di pabrik, di rumah sakit, asalkan semuanya mengarah tercapainya tujuan pendidikan”.³⁹ Penelitian ini berlokasi di Bank Muamalat Indonesia Kcp Ponorogo, Jl. HOS. Cokroaminoto Kav 35 Dan 37, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411.

Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan gabungan dari element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi sendiri merupakan keseluruhan subyek yang akan diukur pada unit yang akan diteliti. Maka dari itu, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek maupun obyek, dimana memiliki bobot dan watak tersendiri yang diambil peneliti untuk dipelajari kemudian disimpulkan. Dapat dikatakan bahwa populasi bukan sekedar mengenai orang, akan tetapi juga obyek atau benda lain. populasi juga bukan hanya mengenai jumlah yang terdapat pada subyek maupun obyek penelitian, melainkan seluruh karakteristik/ watak/ sifat yang ada pada subyek maupun obyek penelitian tersebut.⁴⁰ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu nasabah Bank Muamalat Kcp Ponorogo yang menggunakan *mobile banking* (Muamalat DIN).

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 9.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 136.

Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, apabila peneliti sedang melakukan penelitian dan kesulitan untuk menarik kesimpulan dari populasi yang jumlahnya besar, maka sampel dapat menolong peneliti dalam melakukan penelitian. Sampel dapat diartikan sebagai jumlah dan watak/ sifat yang ada pada populasi suatu penelitian. Maka dari itu, peneliti dapat menarik kesimpulan dari sampel yang digunakan tersebut. Jadi, sampel yang digunakan harus benar-benar representatif (mewakili) untuk dapat diberlakukan pada populasi suatu penelitian.⁴¹ pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *corchan*, dikarenakan populasi dari sampel penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Berikut rumus *corchan*:

$$N = \frac{z^2 \cdot \rho \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

N : sampel

z : harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

ρ : peluang benar 50% = 0,5

q : peluang salah 50% = 0,5

e : margin eror 10%

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa total nilai N adalah 9,666 atau dibulatkan ke atas menjadi 97. Maka sampel dari populasi pada penelitian ini sebanyak 97 responden.⁴²

⁴¹Ibid., 137.

⁴² Ibid., 148.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dimana data diperoleh (narasumber).⁴³Sedangkan data merupakan hasil kuesioner atau pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Jadi, data dapat diartikan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi itu sendiri merupakan hasil pengolahan suatu data yang dapat dipakai untuk suatu keperluan. Penelitian ini terdiri dari empat variabel penelitian, dimana masing-masing variabelnya dikumpulkan dalam bentuk data kuantitatif. Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer.

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber asli atau berdasarkan hasil dari narasumber.⁴⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mumalat KCP Ponorogo. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.

Data kuantitatif pada penelitian ini diperoleh dari sumber primer, dimana peneliti mengumpulkan sendiri datanya di lapangan tanpa adanya perantara.

⁴³Ibid., 172.

⁴⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 103.

Oleh karenanya, peneliti akan menggunakan instrumen penelitian yang telah disiapkan saat pra penelitian, dimana instrumennya akan diberikan pada nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo kemudian dianalisis sebagai subjek atas pengaruh persepsi terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN (mobile banking).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara terjun ke lapangan secara langsung untuk mendapatkan data yang kongkrit. Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan datanya adalah sebagai berikut:

Kuesioner

Metode kuesioner merupakan pengumpulan dengan cara menyebarkan daftar-daftar pertanyaan kepada para responden yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian tersebut. Kuesioner dibuat dalam bentuk kuesioner tertutup, dimana peneliti menyediakan alternatif pilihan jawaban kepada responden.⁴⁵ Wawancara yang digunakan oleh peneliti ini menggunakan wawancara semi terstruktur, yakni peneliti diberi kebebasan sebeb-bebasnya dalam bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan setting wawancara. Wawancara semi terstruktur bertujuan untuk memahami suatu fenomena atau permasalahan tertentu. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara semi terstruktur adalah pertanyaan terbuka yang berarti bahwa jawaban yang diberikan oleh

⁴⁵Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016), 220.

subjek penelitian/interviewee tidak dibatasi sehingga subjek dapat lebih bebas mengemukakan jawaban apapun sepanjang tidak keluar dari konteks pembicaraan.⁴⁶Dalam penelitian ini, sasaran responden yang dituju adalah nasabah Bank Muamalat Kcp Ponorogo.

Wawancara (*interview*)

Teknik ini digunakan ketika peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang diri sendiri (*self report*) atau paling tidak mengenai pengetahuan maupun keyakinan masing-masing setiap individu. Dalam penelitian ini dilakukan kepada nasabah Bank Muamalat Kcp Ponorogo.⁴⁷

Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁴⁸

Instrumen Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian haruslah menggunakan alat ukur yang baik. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian biasanya disebut instrumen penelitian. Maka dari itu instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur kejadian alam atau sosial yang sedang diamati.⁴⁹ Instrumen penelitian dipilih dan digunakan untuk mendapatkan data yang sistematis.

⁴⁶ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta; Rajawali Pers, 2013), hal 66

⁴⁷Ibid., 220.

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hal 145

⁴⁹Ibid., 172.

Penggunaan instrumen penelitian ini harus mengacu pada variabel penelitian, skala pengukuran dan juga definisi operasionalnya.⁵⁰

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.⁵¹ Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi serta sikap yang dimiliki seseorang ataupun kelompok mengenai kejadian atau gejala sosial yang telah ditetapkan peneliti yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Dalam penelitian ini disediakan alternatif lima pilihan jawaban beserta skor nya pada setiap jawaban, yaitu:

STS	: Sangat Tidak Setuju	= 1
TS	: Tidak Setuju	= 2
S	: Setuju	= 3
SS	: Setuju	= 4 ⁵²

Validitas dan Realibilitas Instrumen

Uji Validitas

Penelitian yang valid apabila hasil penelitian tersebut terdapat kesamaan data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas ini digunakan sebagai alat ukur valid

⁵⁰Raudlotul Jannah, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Di Shopee”, *skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 25.

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 167

⁵²Raudlotul Jannah, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Di Shopee”, *skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 26.

atau tidaknya suatu kuisioner. Hasil dari r_{hitung} dibandingkan r_{tabel} dimana $df=n-2$ dengan signifikansi 5% dengan jumlah data $(n) = 30$ maka di dapat r_{tabel} sebesar 0,361. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .⁵³

Uji Realibilitas

Penelitian yang reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Ketika dalam obyek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan esok nya tetap berwarna merah. Dalam uji reliabilitas, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 maka akan semakin baik. Rumus yang digunakan adalah rumus *alpha cronbach*. Jika nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan reliabel.⁵⁴

Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan berupa data statistik. Teknik analisis yang digunakan sudah jelas untuk menjawab rumusan masalah dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam analisis data ini, peneliti menggunakan bantuan program *Excel* dan *Statistical Product And Services Solution (SPSS)* 24.⁵⁵

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 198.

⁵⁴Ratmono, "Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking Bri Konvensional", *Derivatif: Jurnal Manajemen*, Volume 15, Nomor 2, (2021), 298.

⁵⁵ Fitriya Fibriani, "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Tas Shopie Martin", (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 44.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Kriteria dalam tes ini adalah dengan membandingkan antara tingkat signifikansi yang didapat dengan tingkat alpha yang digunakan sehingga dapat diketahui apakah variabel dalam penelitian ini mempunyai distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan *alpha* sebesar 0.05. Data akan dikatakan normal apabila nilai signifikansi (*Asymp.sig.*) > 0.05 , sebaliknya jika nilai signifikansi (*Asymp.sig.*) < 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Penggunaan uji multikolinearitas ini digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar perubah bebas pada model regresi. Uji multikolinearitas ini ada ketika suatu variabel bebas berkorelasi dengan salah satu atau lebih dengan variabel bebas lainnya. Apabila terdapat hubungan antara keduanya maka disebut problem multikolinearitas.

Landasan dalam pengambilan keputusan penggunaan uji multikolinearitas ini mempunyai dua cara yakni melihat nilai toleran dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas pada data yang di uji, dan

sebaliknya apabila nilai $VIF < 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas.⁵⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan atau ketidaksesuaian antara satu residu dengan pengamatan yang lain. Dalam uji ini metode yang digunakan adalah metode *scatterplot* dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediktif) dengan nilai SRESID (nilai sisa). Model yang baik dari uji heteroskedastisitas ini ketika grafik yang dihasilkan tidak mengandung pola atau bentuk tertentu seperti mengumpul ditengah, memperbesar atau menyempit.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan atau korelasi antara suatu periode (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Uji ini digunakan untuk data runtun waktu dikarenakan tidak membutuhkan penggunaan data *cross section*.

e. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi pada dua variabel atau lebih yang sedang diuji. Landasan keputusan pengujian ini adalah ketika nilai probabilitas $>0,05$ maka hubungan antara variabel X

⁵⁶ Mario Ledesman, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking," *skripsi*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), 72.

dengan Y adalah linier, sebaliknya jika nilai probabilitas $<0,05$ maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linier.⁵⁷

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel predictor (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Persamaan regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefisien regresi

X = Variabel bebas

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh dari variabel bebas yang jumlahnya lebih dari satu terhadap variabel terikat. Pengujian ini mengasumsikan adanya hubungan atau garis lurus antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Persamaan regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Sikap Positif Penggunaan Mobile banking

a = konstanta

⁵⁷ Cruisietta dan Sri yanthy, "Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* Indonesia", *M-Progress: Jurnal Ilmiah*, Volume 10, Nomor 1, (2020), 4.

- b_1 = koefisien regresi dari variabel X_1 (persepsi risiko)
 b_2 = koefisien regresi dari variabel X_2 (persepsi manfaat)
 b_3 = koefisien regresi dari variabel X_3 (persepsi harga)
 X_1 = persepsi risiko
 X_2 = persepsi manfaat
 X_3 = persepsi harga
 e = tingkat eror⁵⁸

Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tujuan dilakukannya uji parsial (t) ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh suatu variabel bebas secara individu dalam menjelaskan variasi variabel terikat ataupun menentukan signifikan atau tidak signifikan dari masing-masing nilai koefisien regresi (X_1 , X_2 dan X_3) secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat (Y). Sedangkan dalam pengujian regresi linier berganda, hal tersebut perlu dilakukan pada tiap-tiap variabel bebas karena memberi pengaruh yang berbeda dalam model. Untuk keputusan pengambilan keputusannya dapat dilihat pada nilai sig yang diperoleh dengan membandingkan dengan taraf kesalahan 5% (0,05) yang digunakan yaitu jika sig <0,05.

⁵⁸Ibid., 199.

b. Uji F (Simultan)

Tujuan dari pengujian secara simultan adalah untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel terikat. Kriteria dalam pengujian secara simultan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 (koefisien determinasi) berfungsi sebagai alat ukur presentase total variasi terikat Y yang dijelaskan oleh variabel bebas X di dalam regresi.⁵⁹

⁵⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 201.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Obyek Penelitian

PT Bank Muamalat Indonesia di buat dihadapan Yudo Paripurno, S H., Notaris bertempat di Jakarta. Hal tersebut berdasarkan Akta No.1 tanggal 1 November 191 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H. selanjutnya PT Bank Muamalat Indonesia disebut dengan Bank Muamalat Indonesia atau BMI berdiri dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia. Akta pendirian bank tersebut juga telah di sah kanoleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2- 2413.HT.01.01 Tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan juga telah didaftarkan pada kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 192 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalamBerita Negara Republik Indonesia No.34 tanggal 28 April 1992 Tambahan No. 1919A.

Bank Muamalat Indonesia didirikan atas pemikiran dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang selanjutnya mendapatkan dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, yang akhirnya pada tanggal 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H Bank Mumalat Indonesia secara remsi beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berlandaskan prinsip syariah pertama di Indonesia. Dua tahun selanjutnya, pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Inonesia memperoleh izin sebagai Bank Devisa yang setahun sebelumnya telah terdaftar sebagai

perusahaan public yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, BMI juga memberanikan diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak lima kali dan mejadikannya lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah.

Bank Muamalat Indonesia terus berkembang dengan berinovasi mengeluarkan produk-produk keuangan yang berbasis syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia *Finance*), dan Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) yang semuanya merupakan terobosan baru di Indonesia. Selain itu, BMI juga mengeluarkan produk bank yaitu Shar- e yang dirilis pada 2004, dimana produk tersebut merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold* Debit Visa yang rilis pada 2011 juga mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia sebagai Kartu Debit Syariah yang menggunakan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *mobile banking, internet banking, ATM, cash management*. Dari keseluruhan produk-produk yang telah dikeluarkan tersebut menjadi referensi dari produk syariah di Indonesia khususnya dalam dunia perbankansyariah.

Seluruh produk-produk tersebut menjadi pioner produk syariah Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah. Menginjak usia yang ke 20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo bank untuk semakin meningkatkan Awareness terhadap image sebagai bank syariah Islami, Modern, dan Professional. Bank pun terus

mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu : Al-ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiunan melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS). Sejak tahun 2015, Bank MuamalatIndonesia bernetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangkapanjang.

2. Visi dan Misi Obyek Penelitian

a. Visi Bank Muamalat Indonesia

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

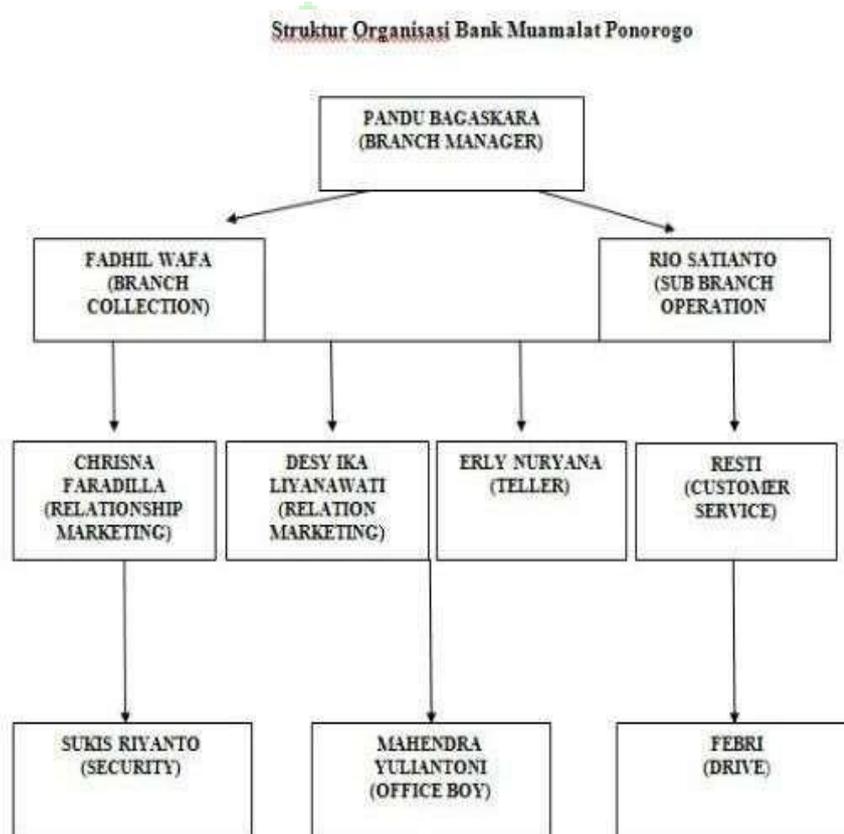
b. Misi Bank Muamalat Indonesia

“Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.”⁶⁰

⁶⁰ Bank Muamalat. “Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*),” dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/en/e-banking/muamalat-din-digital-islamic-network>, (Diakses pada tanggal 11 November 2021, jam 10.45).

c. Susunan Personalia

Berikut struktur organisasi Bank Muamalat Kcp Ponorogo:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo
(Bank Muamalat KCP Ponorogo, 2022)

ICAIN
P O N O R O G O

3. Job Deskripsi Jabatan⁶¹

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di Bank Muamalat Indonesia Kcp Ponorogo:

a. *Branch* Manager

- 1) Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional. Manager bank harus melakukan koordinasi untuk pengawasan semua aktivitas yang dilakukan oleh staff perbankan di kantor cabang. Koordinasi tersebut dilakukan agar kegiatan operasional perbankan bisa berjalan dengan maksimal dan tidak ada kegiatan operasional yang sia-sia.
- 2) Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan sangat penting diperlukan, hal ini untuk memaksimalkan pendapatan bank. Manager bank harus bisa memimpin kegiatan pemasaran produk-produk perbankan agar program pemasaran yang direncanakan dapat terlaksana.

b. *Relationship* Manager Retail Funding

- 1) Menjalankan aktivitas pencapaian target bisnis produk funding di Kantor Cabang dengan mengacu pada prosedur yang berlaku guna memberikan kontribusi dan keuntungan yang maksimal bagi Bank Muamalat Indonesia.
- 2) Menjalankan proses penjualan produk *funding* kepada calon nasabah atau nasabah *existing* baik berupa kunjungan maupun melalui telepon, seperti tabungan, deposito, giro, *bancassasurrance*, *wealth management*, e-

⁶¹ Pandu Bagaskara (Branch Manager Bank Muamalat KCP Ponorogo), *wawancara*, 23 Maret 2022

channel, mobile banking dan porsi haji regular, guna penambahan nasabah funding baru di Kantor Cabang.

- 3) Memproses pengajuan nasabah produk funding dengan mengacu pada prosedur yang berlaku, guna mendukung pertumbuhan dan pencapaian bisnis funding di Kantor Cabang.
- 4) Membina relasi dan memberikan pelayanan yang baik dengan nasabah produk funding dibawah tanggung jawabnya, untuk menjaga *customer loyalty* dan membuka peluang mendapatkan referensi calon nasabah.

c. *Customer Service*

- 1) Mengenalkan dan menawarkan produk-produk Bank Muamalat kepada nasabah dengan baik dan benar guna memberikan pelayanan yang excellent.
- 2) Memastikan seluruh hak dan kewajiban nasabah atas produk Bank Muamalat yang dipilih, telah diketahui dan dipahami oleh nasabah dengan baik dan benar guna meminimalisir complain.
- 3) Menerima hingga menyelesaikan (baik secara mandiri atau melalui koordinasi dengan unit kerja lainnya) atas seluruh keluhan atau pengaduan nasabah dengan baik dan benar, termasuk didalamnya pengadministrasian dokumentasinya.
- 4) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas pembukuan, penutupan rekening, manajemen kartu ATM dan penyimpanan dokumen dalam tempat terkunci dan aman serta menjalankan permintaan nasabah sesuai SLA yang sudah ditetapkan.

- 5) Mengelola dan mengadministrasikan seluruh aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan BPIH oleh nasabah calon haji termasuk pelimpahannya, dengan baik dan benar guna meminimalisir komplain.
- 6) Menjalankan ketentuan tentang *Know Your Customer* (KYC), pengkinian data nasabah, complain tracking, dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan prudential banking agar terlaksana dengan baik dan benar.
- 7) Menjalankan fungsi petugas *frontliner* lainnya sebagai alternate saat petugas *frontliner* lainnya berhalangan hadir di Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor kas atau *Mobile Branch* dan apabila diperlukan, *customer service* dapat menjadi petugas pemegang kunci tombak untuk lemari uang/ brankas dan ATM serta melakukan dual control atas transaksi teller.

d. Teller

- 1) Melakukan pembukuan transaksi baik penarikan, setoran, pemindah bukuan, transfer antar bank baik tunai maupun non tunai, biaya petty cash, biaya layanan nasabah, dan layanan perbankan lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Melakukan *cash management* terhadap ketersediaan uang tunai di kas teller, valut dan ATM.
- 3) Memastikan kesesuaian antara tiket-tiket transaksi dan sistem yang sudah diproses dengan baik dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- 4) Memastikan semua perlengkapan teller berfungsi dengan baik agar tidak ada kendala dalam pelayanan terhadap nasabah.
- 5) Menjaga penampilan fisik dan area kerja (meja teller, ID Card, baju) sesuai ketentuan yang berlaku.
- 6) Menghitung, memverifikasi, dan mengidentifikasi uang slip dan tanda tangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar meminimalisir risiko operasional.
- 7) Menjalankan fungsi petugas *frontliners* lainnya sebagai alternate saat petugas *frontliner* lainnya berhalangan hadir di Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas atau *Mobile Branch*.

Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam melakukan sebuah penelitian harus menggunakan data yang valid dan juga reliabel. Maka dari itu, langkah yang harus dilakukan yaitu dengan menguji tiap butir-butir pertanyaan instrument, sehingga akan menghasilkan data yang dapat digunakan untuk pengumpulan data atau tidak. Pada bagian ini dilakukan uji coba instrument dengan menguji tiap butir-butir pertanyaan kepada 30 responden. Berikut ini adalah penjelasan tentang uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan hasil antara R_{hitung} dengan R_{tabel} , dimana $df = n - 2$ dengan signifikansi sebesar 5% dengan jumlah data $(n) = 30$ maka akan didapatkan R_{tabel} sebesar 0,361.

Suatu kuesioner penelitian dikatakan valid apabila R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} . Dalam penelitian ini menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS 24.

1) Uji validitas instrumen variabel persepsi risiko (X_1)

Tabel 4.1
Uji Validitas Variabel X_1

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,531	0,361	Valid
2	0,440	0,361	Valid
3	0,483	0,361	Valid
4	0,572	0,361	Valid
5	0,482	0,361	Valid
6	0,473	0,361	Valid
7	0,551	0,361	Valid
8	0,559	0,361	Valid
9	0,431	0,361	Valid

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} . Dengan nilai koefisien tertinggi dari R_{hitung} adalah 0,559 dan nilai koefisien terendah adalah 0,431. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel X_1 valid dan ekuivalen untuk dijadikan kuesioner pertanyaan.

2) Uji validitas instrumen variabel persepsi manfaat (X_2)

Tabel 4.2
Uji Validitas Variabel X_2

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,609	0,361	Valid
2	0,757	0,361	Valid
3	0,607	0,361	Valid
4	0,589	0,361	Valid
5	0,682	0,361	Valid

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} . Dengan nilai koefisien tertinggi dari R_{hitung} adalah 0,757 dan nilai koefisien terendah adalah 0,589. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel X_2 valid dan ekuivalen untuk dijadikan kuesioner pertanyaan.

3) Uji validitas instrumen variabel persepsi harga (X_3)

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel X_3

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,764	0,361	Valid
2	0,833	0,361	Valid
3	0,848	0,361	Valid
4	0,580	0,361	Valid

Sumber: data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} . Dengan nilai koefisien tertinggi dari R_{hitung} adalah 0,848 dan nilai koefisien terendah adalah 0,580. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan

dari variabel X_3 valid dan ekuivalen untuk dijadikan kuesioner pertanyaan.

4) Uji validitas instrumen variabel keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.4
Uji Validitas Variabel Y

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,693	0,361	Valid
2	0,632	0,361	Valid
3	0,770	0,361	Valid
4	0,474	0,361	Valid
5	0,755	0,361	Valid

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} . Dengan nilai koefisien tertinggi dari R_{hitung} adalah 0,755 dan nilai koefisien terendah adalah 0,474. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel X_1 valid dan ekuivalen untuk dijadikan kuesioner pertanyaan.

b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 maka akan semakin baik. Rumus yang digunakan adalah rumus *alpha cronbach*. Jika nilai *cronbach's alpha* $>0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan reliabel.

P O N O R O G O

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Batas	Keterangan
1	X ₁	0,623	0,60	Reliabel
2	X ₂	0,655	0,60	Reliabel
3	X ₃	0,758	0,60	Reliabel
4	Y	0,692	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga variabel X₁, X₂, X₃ dan Y telah reliabel. Hasil dari semua butir pertanyaan tiap variabel menunjukkan valid dan juga reliabel. Sehingga instrument yang dimiliki dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Linieritas

Dasar keputusan pengambilan uji linieritas ini adalah ketika nilai probabilitas $>0,05$ maka hubungan antara variabel X dengan Y dikatakan linier, sebaliknya ketika nilai probabilitasnya $<0,05$ maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linier.

1) Uji linieritas X_1 terhadap Y

Tabel 4.6
Hasil Uji Linieritas Variabel Persepsi Risiko terhadap Keputusan
Penggunaan Muamalat DIN

ANOVA TABLE							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Keputusan pembelian *persepsi risiko	Between Groups	(combined)	211,738	14	15,124	2,033	,025
		Linearity	95,380	1	95,380	12,819	,001
		Deviation from Linearity	116,358	13	8,951	1,203	,292
	Within Groups		610,138	82	7,441		
	Total		821,876	96			

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.6 ANOVA diatas diketahui bahwa hasil *Deviation from Linearity* nilai sig adalah 0,292 $> 0,05$. Maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel persepsi risiko (X_1) dengan variabel keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y).

2) Uji linieritas X_2 terhadap Y

Tabel 4.7
Hasil Uji Linieritas Variabel Persepsi Manfaat terhadap
Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

ANOVA TABLE							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Keputusan pembelian * persepsi risiko	Between Groups	(combined)	294,448	15	19,630	3,015	,001
		Linearity	149,492	1	149,492	22,958	,000
		Deviation from Linearity	144,955	14	10,354	1,590	,100
	Within Groups		527,429	81	6,511		
	Total		821,876	96			

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.6 ANOVA diatas diketahui bahwa hasil *Deviation from Linearity* nilai sig adalah 0,10 >0,05. Maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel persepsi manfaat (X_2) dengan variabel keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y).

3) Uji linieritas X_3 terhadap Y

Tabel 4.8
Hasil Uji Linieritas Variabel Persepsi Harga terhadap
Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

ANOVA TABLE							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Keputusan pembelian* persepsi risiko	Between Groups	(combined)	229,511	11	20,865	2,994	,002
		Linearity	130,456	1	130,456	18,719	,000
		Deviation from Linearity	99,056	10	9,906	1,421	,185
	Within Groups		592,365	85	6,969		
	Total		821,876	96			

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.6 ANOVA diatas diketahui bahwa hasil *Deviation from Linearity* nilai sig adalah 0,185 >0,05. Maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel persepsi harga (X_3) dengan variabel keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y).

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan atau korelasi antara suatu periode (t) dengan periode sebelumnya (t-1).

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Tabel Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	dU	4-dU	
2,169	1,733	2,267	NonAutokorelasi

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.9 didapatkan nilai Durbin Watson (dW) sebesar 2,169. Kemudian nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson dengan signifikansi 5% menggunakan rumus $(k:N) = (3:97)$ dalam arti jumlah variabel independen adalah 3 atau “k”, sedangkan jumlah sampel atau “N” adalah 97. Selanjutnya angka tersebut dilihat pada tabel Durbin Watson, maka nilai dL sebesar 1,6063 dan nilai dU sebesar 1,733. Berdasarkan hasil tersebut, didapatkan bahwa nilai $dU < dW = 1,733 < 2,169 < 4 - 1,733 = 2,267$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi kasus autokorelasi.

c. Uji Multikolinieritas

Penggunaan uji multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar perubah bebas pada model regresi. Landasan pengambilan keputusan pengujian ini adalah dengan melihat

nilai toleran dan VIF. Ketika nilai VIF < 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,754	1,327	Non multikolinieritas
X2	0,476	2,102	Non multikolinieritas
X3	0,539	1,855	Non multikolinieritas

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Penelitian ini menggunakan *alpha* sebesar 0.05. Data akan dikatakan normal apabila nilai signifikansi (Asymp.sig.) > 0.05 , sebaliknya jika nilai signifikansi (Asymp.sig.) < 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>		
	Statistik	N	Signifikansi
<i>Unstadarized Residual</i>	0,054	97	0,200

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Hasil pengujian uji normalitas ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dimana ketika $sig > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan sebaliknya ketika $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 diketahui bahwa nilai $sig > 0,05$ maka dinyatakan berdistribusi normal.

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan atau ketidaksesuaian antara satu residu dengan pengamatan yang lain. Dengan ketentuan ketika nilai signifikansi (p -value) $> 0,05$ maka dikatakan tidak ada pengaruh heteroskedastisitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
X ₁	0,078	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X ₂	0,774	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X ₃	0,148	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai signifikansi pada ketiga variabel independen $> 0,05$, yaitu untuk variabel persepsi risiko (X₁) adalah 0,078, variabel persepsi manfaat (X₂) adalah 0,774 dan variabel persepsi harga (X₃) adalah 0,148. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Deskriptif

1. Deskripsi Responden Berdasarkan usia

Tabel 4.13
Usia Responden

No.	Umur	Banyak	Persentase (%)
1.	< 20 tahun	33	33%
2.	20- 30 tahun	61	61%
3.	30- 40 tahun	3	3%
4.	>40 tahun	3	3%
JUMLAH		100	100%

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa usia 20-30 tahun memiliki jumlah terbanyak yaitu 61 orang (61%), kemudian sebanyak 33 orang (33%) berada pada usia <20 tahun, sedangkan 3 orang (3%) berada di usia 30- 40 tahun dan 3 orang (3%) berada di usia >40 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada Bank Muamalat Kantor Cabang Ponorogo, pengguna Muamalat DIN lebih di dominasi usia 20-30 tahun dimana rentang usia tersebut masih sangatlah produktif dan juga konsumtif dalam melakukan sesuatu.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Tabel 4.14
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Banyak	Persentase (%)
1.	Laki-laki	22	22%
2.	Perempuan	78	78%
JUMLAH		100	100%

Sumber: data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa sebanyak 78 orang (78%) didominasi oleh nasabah yang memiliki jenis kelamin perempuan.

Sedangkan 22 orang (22%) didominasi oleh nasabah yang memiliki jenis kelamin laki-laki.

Dilihat dari jenis kelamin laki-laki dengan jumlah sebanyak 22 orang (22%), sebanyak 5% terdapat pada variabel persepsi risiko dengan dominasi terbanyak memilih kenyamanan dari keamanan bertransaksi menggunakan Muamalat DIN (butir kuesioner ke-9). Sedangkan sebanyak 9% terdapat pada variabel persepsi manfaat dengan peningkatan keefisienan waktu sebagai dominasi terbanyak. Dan pada variabel persepsi harga sebanyak 8% memilih keterjangkauan harga sebagai dominasi terbanyak.

Sedangkan dilihat dari jenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 78 orang (78%), sebanyak 13% terdapat pada variabel persepsi risiko dengan dominasi terbanyak memilih kualitas layanan yang tidak memiliki risiko terlalu tinggi. Kemudian sebanyak 22% pada variabel persepsi manfaat dengan dominasi terbanyak memilih peningkatan efektivitas kinerja bagi penggunaannya. Yang terakhir sebanyak 43% pada variabel persepsi harga dengan dominasi terbanyak memilih kesesuaian harga yang sebanding dengan biaya/harga yang dikeluarkan.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.15
Tingkat Pendidikan Responden

No.	Umur	Banyak	Persentase (%)
1.	SD	-	-
2.	SMP/ SLTP	-	-
3.	SMA/ SLTA	76	76%
4.	S1/ S2/ S3	20	20%
5.	DIPLOMA	4	4%
JUMLAH		100	100%

Sumber: data primer 2022, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nasabah yang berpendidikan terakhir SD berjumlah 1 orang (1%), nasabah yang berpendidikan terakhir SMP/ SLTP berjumlah 3 orang (3%), kemudian nasabah yang berpendidikan terakhir SMA/SLTA memiliki jumlah terbanyak yaitu 76 orang (76%), sedangkan nasabah berpendidikan terakhir S1/S2/S3 berjumlah 19 orang (19%), dan yang berpendidikan terakhir Diploma berjumlah 1 orang (1%).

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.16
Pekerjaan Responden

No.	Umur	Banyak	Persentase (%)
1.	PNS	-	-
2.	TNI/ Polri	-	-
3.	Wiraswasta	22	22%
4.	Pelajar/ Mahasiswa	78	78%
JUMLAH		100	100%

Sumber: data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa pelajar/ mahasiswa mendominasi sampel nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Ponorogo yaitu sebanyak 78 orang (78%) , kemudian pekerjaan sebagai wiraswasta mendominasi sebanyak 22 orang (22%).

a. Variabel Persepsi Risiko (X_1)

Terkait dengan variabel persepsi risiko, aspek yang diukur dalam variabel ini adalah:

- 1) Besaran biaya dalam layanan Muamalat DIN
- 2) Tidak adanya potongan biaya ketika transaksi gagal
- 3) Kemudahan dalam penggunaan Muamalat DIN
- 4) Gangguan layanan yang rendah
- 5) Tidak adanya manfaat setelah menggunakan layanan Muamalat DIN

Berdasarkan tanggapan responden, skor maksimal dalam variabel persepsi risiko ini sebesar 900 sedangkan skor yang diperoleh adalah 882. Dari jumlah skor tersebut, aspek paling dominan terpilih adalah aspek mengenai gangguan layanan yang rendah dengan presentase sebesar 88,5%.

Sedangkan aspek yang paling terendah adalah aspek mengenai tidak adanya manfaat setelah menggunakan layanan Muamalat DIN dengan presentase sebesar 0,6%. Dan sisanya dipengaruhi oleh aspek lain pada persepsi risiko tersebut.

b. Variabel Persepsi Manfaat (X_2)

Terkait dengan variabel persepsi manfaat, aspek yang diukur dalam variabel ini adalah:

- 1) Kelengkapan informasi yang disajikan dalam layanan Muamalat DIN
- 2) Meningkatkan efisiensi waktu ketika bertransaksi menggunakan layanan Muamalat DIN
- 3) Memberikan kemudahan dan peningkatan keefektifan pengguna

Berdasarkan tanggapan responden, skor maksimal dalam variabel persepsi manfaat ini sebesar 500 sedangkan skor yang diperoleh sebanyak 490. Dari jumlah skor tersebut, aspek paling dominan terpilih adalah aspek mengenai kemampuan meningkatkan keefisiensi waktu ketika bertransaksi dengan presentase sebesar 90%.

Sedangkan aspek yang paling terendah adalah aspek mengenai kelengkapan informasi yang disajikan dalam layanan Muamalat DIN dengan presentase sebesar 3%. Dan sisanya sebesar 7% dipengaruhi oleh aspek mengenai pemberian kemudahan dan peningkatan keefektifan penggunaannya.

c. Variabel Persepsi Harga (X₃)

Terkait dengan variabel persepsi harga, aspek yang diukur dalam variabel ini adalah:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga

Berdasarkan tanggapan responden, skor maksimal yang dalam variabel persepsi harga ini sebesar 400 sedangkan skor yang diperoleh sebanyak 369. Dari jumlah skor tersebut, aspek paling dominan terpilih adalah aspek mengenai keterjangkauan harga dengan presentase sebesar 78%.

Sedangkan aspek yang paling terendah adalah aspek mengenai daya saing harga dengan presentase sebesar 4%. Dan sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh aspek mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk.

d. Variabel Keputusan Penggunaan Muamalat DIN (Y)

Terkait dengan variabel persepsi manfaat, aspek yang diukur dalam variabel ini adalah:

- 1) Muamalat DIN dapat digunakan dalam bertransaksi secara berulang/ terus menerus
 - 2) Kesesuaian manfaat fitur layanan dengan kebutuhan nasabah/ pengguna
- Berdasarkan tanggapan responden, skor maksimal dalam variabel keputusan penggunaan Muamalat DIN ini sebesar 500 sedangkan skor yang diperoleh sebanyak 490. Dari jumlah skor tersebut, aspek paling dominan terpilih adalah aspek mengenai kesesuaian manfaat fitur layanan dengan kebutuhan nasabah/ pengguna dengan presentase sebesar 90%.

Sedangkan aspek terendah dalam keputusan penggunaan Muamalat DIN ini adalah aspek mengenai layanan Muamalat DIN yang dapat digunakan dalam bertransaksi secara berulang/ terus menerus dengan presentase sebesar 10%.

Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Pengujian Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN
 - a. Analisis regresi linier sederhana X_1 terhadap Y

Tabel 4.21
Hasil Persamaan Regresi Sederhana Persepsi Risiko terhadap
Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

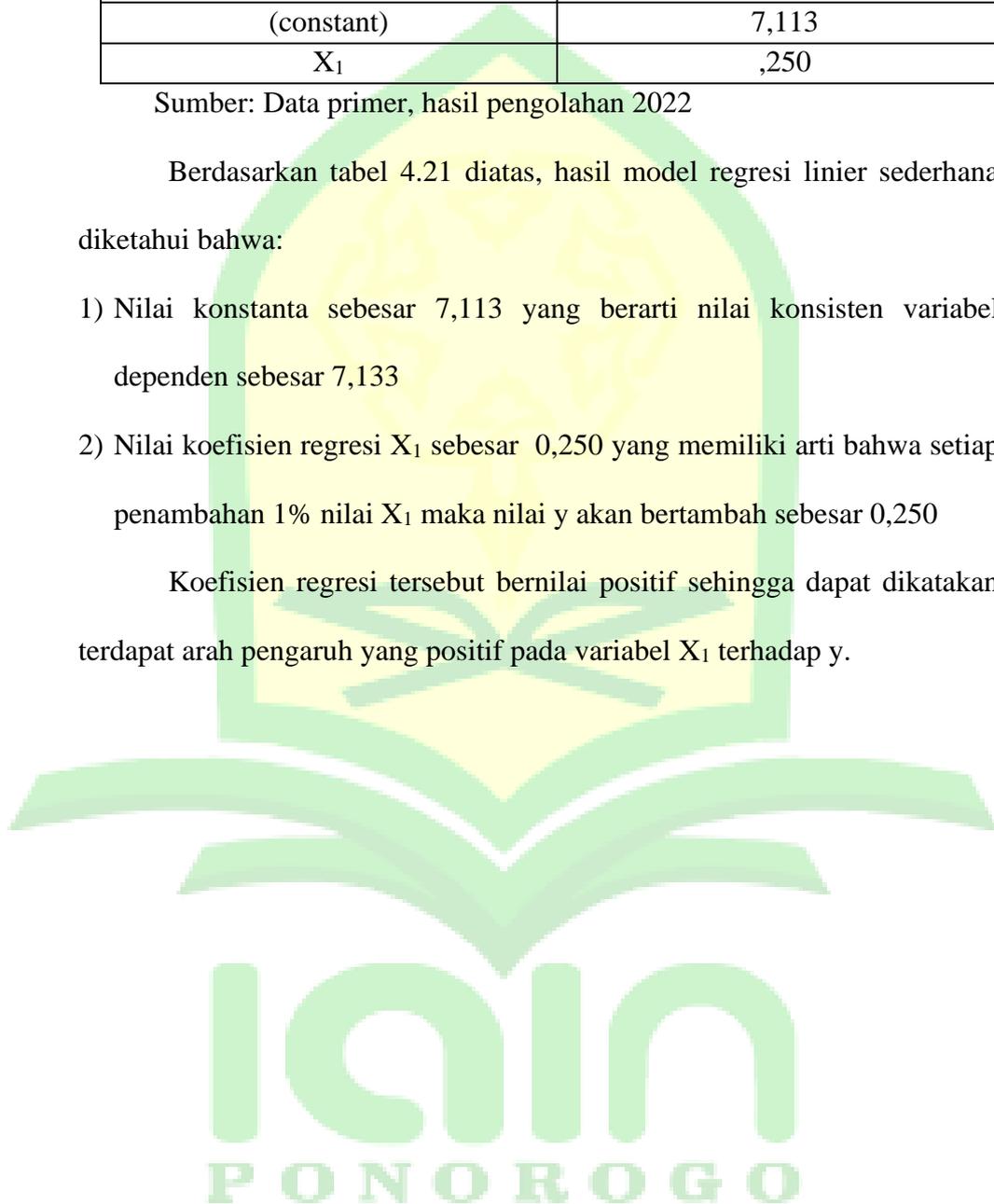
Variabel	Koefisien (B)
(constant)	7,113
X_1	,250

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, hasil model regresi linier sederhana diketahui bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 7,113 yang berarti nilai konsisten variabel dependen sebesar 7,133
- 2) Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,250 yang memiliki arti bahwa setiap penambahan 1% nilai X_1 maka nilai y akan bertambah sebesar 0,250

Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan terdapat arah pengaruh yang positif pada variabel X_1 terhadap y .



b. Hasil Uji t Pengaruh X_1 terhadap Y

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian persepsi risiko sebagai berikut:

H_0 : Persepsi risiko tidak berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN

H_1 : Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN

Tabel 4.22
Hasil Uji T X_1 terhadap Y

variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	sig	Ket.
X_1	,250	3,532	,001	signifikan

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.22 hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi uji t pada pengaruh variabel X_1 terhadap Y sebesar $0,001 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh X_1 terhadap Y. Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar 0,250 memiliki arti bahwa X_1 mempunyai arah pengaruh yang positif terhadap Y. Sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima.

c. Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi) X_1 terhadap Y

Uji R^2 (koefisien determinasi) berfungsi sebagai alat ukur presentase total variasi terikat Y yang dijelaskan oleh variabel bebas X di dalam regresi. Besaran koefisien variabel persepsi risiko akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji R^2 Persepsi Risiko terhadap keputusan Penggunaan Muamalat DIN

R	R Square
,341 ^a	,116

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan Tabel 4.23 diketahui bahwa hasil koefisien determinasi variabel X_1 terhadap Y adalah nilai R yang didapat sebesar 0,341 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_1 terhadap Y tergolong cukup. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,116 dalam arti bahwa pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,116 = 11,6\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain X_1 yang tidak masuk dalam model.

2. Hasil Pengujian Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

a. Analisis regresi linier sederhana X_2 terhadap Y

Tabel 4.24
Hasil Persamaan Regresi Sederhana Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Variabel	Koefisien (B)
(Constant)	8,573
X_2	,304

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, hasil model regresi linier sederhana diketahui bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 8,573 yang berarti nilai konsisten variabel dependen sebesar 8,573
- 2) Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,304 yang memiliki arti bahwa setiap penambahan 1% nilai X_2 maka nilai y akan bertambah sebesar 0,304

Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan terdapat arah pengaruh yang positif pada variabel X_2 terhadap Y.

b. Hasil Uji t Pengaruh X_2 terhadap Y

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian persepsi manfaat sebagai berikut:

H_0 : Persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN

H₂: persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

Tabel 4.25
Hasil Uji t X₂ terhadap Y

Variabel	B (Koefisien Regresi)	t _{hitung}	Sig	Keterangan
X ₂	,304	4,596	,000	Signifikan

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.25 hasil uji t diatas dapat simpulkan bahwa nilai signifikansi uji t pada pengaruh variabel X₂ terhadap Y sebesar 0,000 < 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh X₂ terhadap Y. Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar 0,304 memiliki arti bahwa X₂ mempunyai arah pengaruh yang positif terhadap Y. Sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H₁) diterima.

c. Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi) X₂ terhadap Y

Uji R² (koefisien determinasi) berfungsi sebagai alat ukur presentase total variasi terikat Y yang dijelaskan oleh variabel bebas X di dalam regresi.

Besaran koefisien variabel persepsi risiko akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji R² Persepsi manfaat terhadap keputusan Penggunaan Muamalat DIN

R	R Square
,426 ^a	,182

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa hasil koefisien determinasi variabel X_2 terhadap Y adalah nilai R^2 yang didapat sebesar 0,426 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_2 terhadap Y tergolong cukup. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,182 dalam arti bahwa pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,182 = 18,2\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain X_2 yang tidak masuk dalam model.

3. Hasil Pengujian Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

a. Analisis regresi linier sederhana X_3 terhadap Y

Tabel 4.27
Hasil Persamaan Regresi Sederhana Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Variabel	Koefisien (B)
(constant)	7,998
X_3	,421

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, hasil model regresi linier sederhana diketahui bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 7,998 yang berarti nilai konsisten variabel dependen sebesar 7,998
- 2) Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,421 yang memiliki arti bahwa setiap pena mbahan 1% nilai X_3 maka nilai y akan bertambah sebesar 0,421

koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan terdapat arah pengaruh yang positif pada variabel X_3 terhadap Y .

b. Hasil Uji t Pengaruh X_3 terhadap Y

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian persepsi harga sebagai berikut:

H_0 : Persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN

H_3 : persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN

Tabel 4.28
Hasil Uji t X_3 terhadap Y

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig	Keterangan
X_3	,421	4,234	,000	Signifikan

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.28 hasil uji t diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi uji t pada pengaruh variabel X_3 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh X_3 terhadap Y. Sedangkan nilai koefisien regresinya sebesar 0,421 memiliki arti bahwa X_3 mempunyai arah pengaruh yang positif terhadap Y. Sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan. Dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima.

P O N O R O G O

c. Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi) X_3 terhadap Y

Uji R^2 (koefisien determinasi) berfungsi sebagai alat ukur presentase total variasi terikat Y yang dijelaskan oleh variabel bebas X di dalam regresi.

Besaran koefisien variabel persepsi risiko akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.29
Hasil Uji R^2 Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

R	R Square
,398 ^a	,159

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan Tabel 4.29 diketahui bahwa hasil koefisien determinasi variabel X_3 terhadap Y adalah nilai R yang didapat sebesar 0,398 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X_3 terhadap Y tergolong cukup. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,159 dalam arti bahwa pengaruh X_3 terhadap Y adalah sebesar $0,159 = 15,9\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain X_3 yang tidak masuk dalam model.

4. Hasil Pengujian X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Y

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.30
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)
(Constant)	5,636
X_1	,119
X_2	,155
X_3	,201

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui hasil uji persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) diperoleh sebesar 5,636 membuktikan ketika variabel X_1 , X_2 dan X_3 sebesar 0, maka variabel Y sebesar 5,363 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel persepsi risiko (X_1) bernilai positif sebesar 0,119 yang membuktikan adanya hubungan searah antara variabel X_1 terhadap Y. Hal tersebut berarti ketika persepsi risiko dinaikkan satu satuan maka keputusan pembelian (keputusan penggunaan Muamalat DIN) akan meningkat sebesar 0,119.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat (X_2) bernilai positif sebesar 0,155 yang membuktikan adanya hubungan searah antara variabel X_2 terhadap Y. Hal tersebut berarti ketika persepsi manfaat dinaikkan satu satuan maka keputusan pembelian (keputusan penggunaan Muamalat DIN) akan meningkat sebesar 0,155.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel persepsi harga (X_3) bernilai positif sebesar 0,201 yang membuktikan adanya hubungan searah antara variabel X_3 terhadap Y. Hal tersebut berarti

ketika persepsi harga dinaikkan satu satuan maka keputusan pembelian (keputusan penggunaan Muamalat DIN) akan meningkat sebesar 0,201.

b. Hasil Uji F (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap Y

Adapun ketentuan atau kriteria dalam pengujian hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut:

H_0 : persepsi risiko, persepsi manfaat dan persepsi harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (keputusan penggunaan Muamalat DIN).

H_a : persepsi risiko, persepsi manfaat dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (keputusan penggunaan Muamalat DIN).

Tabel 4.31
Uji F variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y

F	Sig
8,937	,000 ^b

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.31 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel persepsi risiko, persepsi manfaat dan persepsi harga secara simultan mempengaruhi variabel keputusan penggunaan Muamalat DIN secara signifikan. Maka dari itu hipotesis ke empat (H_4) diterima.

- c. Hasil R^2 (Koefisien Determinasi) X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Tabel 4.32
Uji R^2 variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y

R	R Square
,473 ^a	,224

Sumber: Data primer, hasil pengolahan 2022

Berdasarkan tabel 4.32 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,473. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan terhadap Y tergolong cukup. Sedangkan nilai R Square yang diperoleh 0,224 memiliki arti bahwa pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y adalah sebesar $0,224 = 22,4\%$ dan sisanya 77,6% dipengaruhi faktor lain selain X_1 , X_2 dan X_3 yang tidak masuk dalam model.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Untuk mengetahui pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel persepsi risiko (X_1) mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN dapat diketahui dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yang menunjukkan besaran koefisien variabel. Hasil dari pengujian persamaan regresi linier sederhana terhadap variabel X_1 menunjukkan arah negatif yang artinya X_1 mempunyai hubungan yang berbanding lurus atau searah terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang

berarti lebih kecil dari 0,05 memiliki arti persepsi risiko (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,116 yang menunjukkan kontribusi variabel X_1 sebesar 11,6% terhadap variabel Y dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model.

Berdasarkan penjelasan analisa diatas, diketahui bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa X_1 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Y pada bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo diterima. Variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ida Ayu dan Ni Ketut Seminari menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *Mandiri Mobile Banking*. Penelitian tersebut diungkapkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki oleh calon pengguna akan semakin rendah niat untuk menggunakan suatu layanan atau produk yang mereka miliki.

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Untuk mengetahui pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN dapat diketahui dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yang menunjukkan besaran

koefisien variabel. Hasil dari pengujian persamaan regresi linier sederhana terhadap variabel X_2 menunjukkan arah positif yang artinya X_2 mempunyai hubungan yang berbanding lurus atau searah terhadap variabel Y . Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 memiliki arti persepsi manfaat (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,182 yang menunjukkan kontribusi variabel X_2 sebesar 18,2% terhadap variabel Y dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model.

Berdasarkan penjelasan analisa diatas, diketahui bahwa hipotesis pertama (H_2) yang menyatakan bahwa X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y pada Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo diterima. Variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad fatih P'tisom, Sri Martini dan juga Weni Novandari dalam konteks penggunaan Go-Pay. Penelitian tersebut menyatakan persepsi manfaat berpengaruh langsung terhadap sikap konsumen, di nyatakan dengan sebagian besar responden merasakan manfaat dari transaksi menggunakan Go-Pay. Secara detail, penggunaan Go-Pay mempunyai banyak hal yang ditawarkan selain untuk melakukan transaksi.

Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Untuk mengetahui pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel persepsi harga (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN dapat diketahui dengan menggunakan uji regresi linier sederhana yang menunjukkan besaran koefisien variabel. Hasil dari pengujian persamaan regresi linier sederhana terhadap variabel X_3 menunjukkan arah positif yang artinya X_3 mempunyai hubungan yang berbanding lurus atau searah terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 memiliki arti persepsi harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN (Y). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,159 yang menunjukkan kontribusi variabel X_3 sebesar 15,9% terhadap variabel Y dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar model.

Berdasarkan penjelasan analisa diatas, diketahui bahwa hipotesis pertama (H_3) yang menyatakan bahwa X_3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y pada Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo diterima. Variabel persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza Ramadhan menyatakan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Nasabah atau konsumen akan memutuskan untuk membeli atau

menggunakan suatu produk atau layanan ketika manfaat yang diperoleh lebih besar atau sama dengan harga yang dikeluarkan.

Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat dan Persepsi Harga secara Simultan terhadap Keputusan Penggunaan Muamalat DIN

Untuk mengetahui pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN dapat diketahui dengan melihat hasil dari uji F (simultan). Hasil dari uji F menunjukkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 yang artinya $<0,05$. Sehingga secara simultan (bersama-sama) variabel X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari pengujian secara simultan tersebut sebesar 0,224 yang berarti kontribusi variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variabel Y sebesar 22,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor dari variabel lain diluar model.

Sehingga hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y pada nasabah Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad fatih I'tisom, Sri Martini dan juga Weni Novandari bahwa Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay.

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

1. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,01. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang didapat sebesar 0,341. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi risiko yang didapat maka semakin rendah keputusan penggunaan Muamalat DIN, sehingga tolak H_0 , terima H_a .
2. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai determinasi (R^2) yang didapat sebesar 0,426 . Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi manfaat maka akan semakin tinggi juga tingkat keputusan penggunaan Muamalat DIN, sehingga tolak H_0 , terima H_a .
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai determinasi (R^2) yang didapat sebesar 0,398. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi harga maka akan semakin tinggi juga tingkat keputusan penggunaan Muamalat DIN, sehingga tolak H_0 , terima H_a .

4. Persepsi risiko, manfaat dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Muamalat DIN. Hasil uji F yang diperoleh menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa persepsi risiko, manfaat dan harga secara simultan mampu mempengaruhi keputusan penggunaan Muamalat DIN, sehingga tolak H_0 , terima H_a .

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu, peneliti sedikit memberikan saran sebagai bahan pertimbangan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya yang serupa atau terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Pihak Bank

Harapannya pihak bank mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan pada *mobile banking* untuk menciptakan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi secara online melalui *mobile banking*. Selain itu, diharapkan juga pihak bank mampu bersosialisasi terkait penggunaan *mobile banking* yang praktis, fleksibel serta aman kepada para nasabah sehingga diharapkan mampu mengurangi pendapat ataupun pemikiran buruk mengenai transaksi secara online melalui *mobile banking* dan dapat merasakan berbagai manfaat dari layanan *mobile banking* ketika bertransaksi.

2. Bagi Pihak Akademik

Sesegera mungkin menambah referensi kepustakaan yang dijadikan sebagai bahan rujukan para mahasiswa dalam melakukan penelitian khususnya di bidang perbankan syariah dan juga manajemen sumber daya manusia.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Herwatin, Ani, dkk. *Antologi Pustakawan*. Malang: UMMPress, 2019.
- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2021.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: CV Mundur Maju, 1996.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nelwan, J. Z., dkk. "Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin." *Bandung: Media Sains Indonesia* 2021.
- Nurmawati, *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Anggota IKAPI: 2018.
- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, dkk. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Sinulingga, Nora Anisa Br, dan Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Sunoyo, Danang. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Caps, 2015.

Supriadi. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia, 2018.

Syaekhu, Ahmad. *Teori Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.

Wijono, Hadion. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021

JURNAL / SKRIPSI

Akbar, Taufiq. "Dampak Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*." *Skripsi*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020.

Ammanullah, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking." *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2014.

Anda, Yeni. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah KCP Ponorogo." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.

Elisabeth. "Hubungan Antara Persepsi Risiko Dan Persepsi Manfaat Kartu Kredit Dan Pembelian Impulsif." *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2016.

Fibriani, Fitriya. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Tas Shopie Martin." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.

Fitra M, Yusuf. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online." *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.

I'tishom, Muhammad Fatih, dkk. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk

Menggunakan Go-Pay." *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, Volume 22, Nomor 4 (2020): 514-532.

Ilham S, Akhmad. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Kalangan Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya." *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.

Jannah, Raudlotul. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Berbelanja Di Shopee." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.

Ledesman, Mario. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*." *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018.

Mukaromah, Nurul. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Resiko dan Fitur Layanan Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang." *Skripsi*. Malang: UIN Malang, 2020.

Prasetya, Hendra, dan Scenda Erka Putra. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko pada Minat Penggunaan e-Money di Surabaya." *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, Volume 17, Nomor 2 (2020): 151-158.

Pribadi, Arif. "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Bri Syariah Pusat)." *Jurnal Visionida*, Volume 6, Nomor 2 (2020): 64-71.

Ratmono. "Pengaruh Persepsi Teknologi Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-Banking BRI Konvensional." *Derivatif: Jurnal Manajemen*, Volume 15, Nomor 2 (2021): 294-305.

Saifulloh, Akhmad Ilham. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian yang menggunakan *Flashsale* Shopee Di Kalangan Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya." *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019.

Setiawan, Cruisietta Kaylana, dan Sri Yanthy Yosepha. "Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter@ Thebodyshopindo)." *Jurnal Ilmiah M-Progress*, Volume 10, Nomor 1 (2020): 1-9.

Syintia, Diana. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung)." *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020.

WEBSITE

Otoritas Jasa Keuangan. "Layanan Digital Banking," dalam <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/345>, (diakses pada tanggal 3 Februari 2022, jam 18.38).

Bank Muamalat. "Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)," dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/en/e-banking/muamalat-din-digital-islamic-network>, (Diakses pada tanggal 11 November 2021, jam 10.45).

WAWANCARA

Pandu Bagaskara (Branch Manager Bank Muamalat KCP Ponorogo), *wawancara*, 23 Maret 2022

Zuhria, *Wawancara*, 11 November 2021

Zahrotunnisa, *Wawancara*, 26 Januari 2022

