

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
MUAMALAT *DIGITAL ISLAMIC NETWORK* DI BANK
MUAMALAT KCP MADIUN**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

Fatin Alfiah Rahmah

NIM 402190134

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

2023

ABSTRAK

Rahmah, Fatin Alfiah. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* di Bank Muamalat KCP Madiun. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan penggunaan, Kepercayaan, Minat

Pemanfaat transaksi digital masih tergolong rendah di Indonesia, beriringan dengan rendahnya jumlah penggunaan Muamalat DIN di Bank BMI KCP Madiun beriringan dengan semakin menariknya fitur yang ada di Muamalat DIN. Dari banyaknya studi tentang penggunaan teknologi perbankan, penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu yang menggunakan teori *Technology Acceptance Model*. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank Muamalat KCP Madiun. Sampel penelitian ini sebanyak 95 responden yang diambil dengan teknik *incidental sampling*. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji F), yang kemudian data diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25.

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki nilai t_{hitung} sebesar $0,882 < 1,986$ sehingga persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat, variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai t_{hitung} $3,698 > 1,986$ maka persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat, variabel kepercayaan memiliki t_{hitung} $4,065 > 1,986$ sehingga kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat. Berdasarkan uji F diketahui f_{hitung} $30,395 < 3,098$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.



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

Alamat : Jl. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama.

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1	Fatin Alfiah Rahmah	402190134	Perbankan Syariah	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat <i>Digital Islamic Network</i> Di Bank Muamalat KCP Madiun

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

Ponorogo, 25 April 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhtadin Amri, M.S.Ak
NIP 198907102018011001

Menyetujui,

Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.
NIP 198608082019032023

PONOROGO



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

Alamat : Jl. Puspita Jaya, Pitu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PENGESAIAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* Di Bank Muamalat KCP Madiun
Nama : Fatm Alfiyah Rahmah
NIM : 402190134
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.

Dosen Penguji:

Ketua Sidang

Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I

NIP 197801122006041002

Penguji I



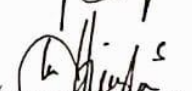
Ruliq Suryaningsih, M.Pd

NIDN 2020068801

Penguji II

Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

NIP 198608082019032023

()
()
()

Ponorogo, 22 Mei 2023

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

()

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

P O N O R O G O

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

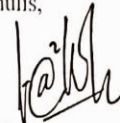
Nama : Fatin Alfiah Rahmah
NIM : 402190134
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* Di Bank Muamalat KCP Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah dipublikasi oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses die theses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut. Sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 Mei 2023

Penulis,



Fatin Alfiah Rahmah



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fatin Alfiah Rahmah

NIM : 402190134

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul:

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN MUAMALAT *DIGITAL ISLAMIC NETWORK* DI BANK
MUAMALAT KCP MADIUN

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

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Fatin Alfiah Rahmah

NIM 402190134

PONOROGO

DAFTAR ISI	
COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Deskripsi Teori	13
1. Teori <i>Technology Acceptance Model</i>	13
2. Persepsi Manfaat	15

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan	16
4. Kepercayaan	17
5. Minat	18
B. Kajian Pustaka	21
C. Kerangka Penelitian	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Rencana Penelitian	40
B. Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional	40
C. Lokasi dan Periode Penelitian	44
D. Populasi dan Sampel	44
E. Jenis dan Sumber Data	46
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Instrumen Penelitian	47
H. Validitas dan Reliabilitas Penelitian	48
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	49
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
B. Hasil Pengjian Instrumen	71
C. Analisis Deskriptif Responden	73
D. Hasil Pengujian Hipotesis	76
E. Pembahasan Hasil Penelitian	87

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	87
2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	89
3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	91
4. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	93
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	95
2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	95
3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	95
4. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun	96
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	xvii

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Keunggulan teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik.¹ Dengan masuknya teknologi ke sektor keuangan, maka perlahan-lahan mengubah industri keuangan ke era digital.² Pengembangan teknologi digital di bidang perbankan dan keuangan merupakan *influencer* yang sangat penting bagi perusahaan. Tidak lain disebabkan semakin ketatnya persaingan antar perbankan, dimana kualitas sistem perbankan yang didukung oleh teknologi perbankan yang sangat efisien dan memadai.

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba-lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah. Salah satu pelayanan yang diberikan bank syariah yaitu *E-Banking*. Untuk dapat maju dan berkembang dengan pesat masing-masing industri perbankan

¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 324.

² Hanik Fitriani, "Kontribusi Fintech dalam Meningkatkan Keunagan Inklusif pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah dengan Situs *Peer to Peer Lending* pada Pertanian di Indonesia)" *EL BARKA: Journal Of Islamic Economics and Business* Vol. 1, No. 1 (2018), 3.

harus memiliki keunggulan antara lain dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan layanan jasa perbankan.³

Digital *banking* disebut juga dengan istilah layanan perbankan digital, diartikan sebagai layanan atau kegiatan perbankan melalui kantor bank dengan menggunakan sarana elektronik/digital milik bank melalui media digital yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah yang memungkinkan calon nasabah dan nasabah bisa mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh transaksi lain diluar produk perbankan, antara lain *financial advisory* (saran dan pendapat keuangan), investasi, transaksi *e-commerce* dan kebutuhan lainnya. Pengembangan strategi bisnis yang mengarah kepada layanan perbankan digital memerlukan infrastruktur yang memadai. Diantaranya adalah manajemen risiko, penyesuaian teknologi informasi, *business model*, *business process*, *internal control*, dan sumber daya manusia, untuk mendukung kenyamanan, keamanan dan keandalan layanan perbankan digital dalam penyediaan informasi, komunikasi, registrasi dan sebagainya.⁴

³ Ismail, *Perbankan syariah* (Jakarta: Pranada Media Group, 2011), 193.

⁴ www.ojk.go.id, (5 January 2023)

Penawaran layanan perbankan melalui digital *banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan digital banking dalam melakukan transaksinya.⁵ Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan digital banking serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

Davis mengemukakan bahwa bahwa persepsi nasabah atas persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi. Beberapa penelitian investigasi layanan perbankan *mobile banking* atas dasar penerimaan nasabah terhadap penggunaan teknologi telah dilakukan melalui perluasan menguji teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Persepsi kebermanfaatan adalah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁶ Dari definisinya maka

⁵ Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh dan Darwanto Darwanto, "Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 5, No. 02 (6 Oktober 2021), 158.

⁶ Davis, "*Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology*," (t.tp: MIS quarterly,1989), 320.

dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Penerimaan teknologi oleh pemakaian individual tidak terlepas dari kepercayaan pemakai terhadap teknologinya. Kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensistematis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individu dari bermacam-macam hasil yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya.⁷ Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.⁸

Secara kelembagaan bank syariah pertama kali berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah (*Islamic window*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui *Islamic window* ini, bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah pada nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur riba (*usury*), *gharar* (*uncertainty*), dan *maysyir* (*speculative*) dengan terlebih dahulu membentuk unit usaha syariah (UUS).⁹ Bank Muamalat Indonesia (BMI), mulai beroperasi pada tahun 1992. Sebagai bank dengan sistem syariah yang pertama di Indonesia, Bank Muamalat telah memiliki pengalaman yang luas. Hal ini didasarkan dengan dukungan

⁷ Ibid, 396

⁸ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2011)

⁹ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan syariah di Indonesia* (UGM PRESS, 2018), 30.

teknologi dan SDM yang handal, serta Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang beranggotakan para ulama untuk mengawasi seluruh operasional perusahaan agar senantiasa berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam.¹⁰ Bank Muamalat Indonesia memunculkan aplikasi baru dengan sebutan Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*), sejak 14 November 2019, aplikasi layanan *digital banking* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh pengguna baik nasabah maupun non nasabah.¹¹

Muamalat DIN menyediakan berbagai fitur menarik seperti fitur *financial* yang memungkinkan nasabah bertransaksi *financial* tanpa harus datang ke bank, fitur *financial* yang menyediakan informasi produk dan layanan untuk memudahkan pengguna mengetahui berbagai produk perbankan muamalat, lokasi ATM dan kantor cabang. Muamalat DIN juga bisa digunakan oleh non nasabah Bank Muamalat karena terdapat fitur konten islami seperti kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal sholat.¹² Selain itu terdapat fitur pembayaran menggunakan QR code yang terhubung dengan *Quick Response Code Indonesia Standard* atau disingkat QRIS yang merupakan standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia. Ada juga fitur Gerai Reksa Dana Syariah berbasis *online* pertama di Tanah Air. Adapun untuk layanan haji, Muamalat DIN memiliki fitur Pembukaan Rekening Tabungan Jamaah Haji (RTJH) dan pembayaran

¹⁰ Harmiar Hasan, "Implementasi *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Profitabilitas Bank Muamalat KCP Parepare," *Skripsi* (Parepare: IAIN Parepare, 2021) 1,

¹¹ "Transaksi Via Kanal Digital Bank Muamalat Meningkat Pesat," diakses 17 Mei 2023, <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/berita/transaksi-via-kanal-digital-bank-muamalat-meningkat-pesat>.

¹² <https://www.bankmuamalat.co.id/banking/e-banking/muamalat-din-digital-islamic-network>

setoran awal porsi haji. Inovasi ini memudahkan calon jamaah haji Tanah Air untuk melakukan pendaftaran dan membayar setoran awal di *smartphone*.¹³ Pada acara yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank dan Isentia Bank Muamalat Indonesia meraih platinum trophy sebagai *The Best Sharia Bank in Digital Brand*. Perhargaan ini menjadi bukti kepercayaan dari masyarakat atas komitmen Bank Muamalat dalam melakukan inovasi dan transformasi digital berkelanjutan, diantaranya melalui aplikasi Muamalat DIN.¹⁴

Tabel 1.1
Nasabah Pengguna Muamalat DIN KCP Madiun 2022¹⁵

No.	Bulan	Pengguna
1	Januari	128
2	Februari	16
3	Maret	144
4	April	126
5	Mei	87
6	Juni	12
7	Juli	268
8	Agustus	228
9	September	180
10	Oktober	208
11	November	212
12	Desember	384
Jumlah		1993

Dari data di atas terlihat naik turunnya jumlah pengguna Muamalat DIN selama tahun 2022. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan manager BMI KCP Madiun penggunaan Muamalat DIN oleh nasabah masih relatif rendah dimana baru 40% nasabah yang menggunakan Muamalat DIN

¹³ “Transaksi Via Kanal Digital Bank Muamalat Meningkatkan Pesat.”

¹⁴ “Bank Muamalat on Instagram: Instagram, diakses 17 Mei 2023, <https://www.instagram.com/p/CrINGZOxVxk/>.

¹⁵ Dokumen Bulanan BMI KCP Madiun 2022

sebagai alat transaksi sehari-hari.¹⁶ Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BMI KCP Madiun yang menggunakan Muamalat DIN adalah sering terjadinya gangguan sistem layanan, dimana saat nasabah melakukan transaksi sering terjadi kegagalan.¹⁷ Hal tersebut membuat nasabah bimbang atau bahkan tidak lagi menggunakan Muamalat DIN karena akan merepotkan ketika akan mengurus hal tersebut. Hal semacam ini berdampak kepada nasabah yang baru menggunakan layanan Muamalat DIN, nasabah lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM atau datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Karena nasabah akan aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya akan terdebit ketika melakukan transaksi karena nasabah melakukan transaksi langsung ke meja *teller*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad 2019, mengenai Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN, dapat diketahui bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, kemudahan, dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan maupun parsial terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BTN.¹⁸ Hasil ini jauh berbeda dengan penelitian yang ditulis oleh Ronny Lim dan Lady 2022 dengan judul Faktor-

¹⁶ Affandi Sophia, Wawancara, 2 Februari 2023.

¹⁷ Nutrikah, Wawancara, 2 Februari 2023.

¹⁸ Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN," *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 2 (26 Februari 2019): 92.

Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Batam, yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*.¹⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Ruslinda, Rizki, dan Arisa 2018 mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*, hal ini dikarenakan nasabah merasa tidak mudah dan kurang mengerti serta adanya rasa khawatir nasabah dalam menggunakan *internet banking* sehingga nasabah kurang percaya.²⁰

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada muamalat *digital islamic network* di Bank Muamalat KCP Madiun, maka bank perlu mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan digital banking tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang maka peneliti membahas permasalahan tersebut dengan judul. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* di Bank Muamalat KCP Madiun”.

¹⁹ Ronny Lim dan Lady Lady, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Batam,” *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* Vol. 5, No. 1 (25 Januari 2022): 941

²⁰ Ruslinda Agustina, Rizki Amalia Afriana, dan Arisa Safrina, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Tbk Banjarmasin,” *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 11, No. 2 (30 September 2018): 255.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, maka dapat dirumuskan pokok rumusan masalah, yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, antara lain :

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun ?
4. Apakah Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun :

1. Untuk menguji apakah persepsi manfaat berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

2. Untuk menguji apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.
3. Untuk menguji apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.
4. Untuk menguji apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya ini, diharapkan dapat menjadi sumber referensi lain terhadap ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan syariah khususnya terkait minat para nasabah dalam menggunakan Muamalat DIN.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat diharapkan menjadi media untuk melatih diri untuk berfikir ilmu serta mendisiplinkan ilmu yang telah didapatkan pada saat menempuh perkuliahan.
- b. Bagi kalangan akademik dan para pembaca, hasil penelitian ini kiranya mampu menjadi sumber referensi lain dan acuan bagi peneliti selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini secara sistematis dibagi menjadi lima bab pembahasan yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjabarkan mengenai gagasan utama dalam pembahasan penelitian ini yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori yang relevan mengenai teori *technology acceptance model* (TAM), persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, minat, dan juga digital banking. Untuk menunjang peneliti memaparkan juga hasil kajian pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi penjelasan tentang rencana penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas reliabilitas instrumen, dan juga teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini merupakan pembahasan hasil penelitian yang berisikan gambaran umum objek penelitian, data-data yang diperoleh, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab lima berisi penutup yang memuat tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan sebelumnya dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Sebuah model yang diadaptasi dari teori tindakan yang beralasan (*Theory Reasoned Action*) yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis (1989). Teori ini sebagai faktor penentu adopsi dalam memberi penjelasan secara parsimoni dari perilaku penggunaan teknologi itu sendiri. Teori ini didasari oleh teori psikologis yang memberi penjelasan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi dengan kepercayaan, minat, sikap serta hubungan perilaku pengguna sebagai faktor penjas teori tersebut. Model ini mengatakan bahwa dalam menentukan bagian tertentu dari suatu teknologi didasari pada sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut.¹

Tujuan utama TAM adalah memberikan referensi untuk menganalisa pengaruh eksternal berupa faktor keyakinan (*trust*), *intention*, dan tujuan pengguna. TAM menggambarkan bahwa ada dua faktor yang menonjol yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi yaitu yang pertama, persepsi pengguna tentang manfaat yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut, dan kedua, persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi informasi. Kedua

¹ Davis, "Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology,"(t.tp: MIS quarterly,1989), 320.

faktor ini yang akan mempengaruhi keinginan atau *intention* pengguna untuk menggunakan teknologi informasi.²

Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologi, menjelaskan bahwa perilaku pengguna teknologi informasi yaitu berdasarkan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Model ini digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi.³

TAM telah banyak mengalami modifikasi, salah satunya apa yang dikenal dengan TAM2. Namun demikian sejumlah peneliti juga telah memodifikasi dengan menambahkan variabel-variabel tertentu untuk TAM dalam memprediksikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi. Di tengah maraknya *digital payment system*, perlu dilakukan pengujian modifikasi model TAM dengan menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) dan *perceived security* (keamanan) untuk TAM. Adapun salah satu peneliti yang telah menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) yaitu Lee dan Turban pada 2001.⁴

Technology Acceptance Model (TAM) memiliki suatu kelebihan yaitu sebagai berikut:

² Ibid

³ Edi Purwanto, *Technology Adoption A Conceptual Framework* (Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020), 32.

⁴ Ibid 34

- a. TAM merupakan model perilaku yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kenapa banyak sistem yang teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakaian yang tidak mempunyai minat untuk menggunakannya.
- b. TAM dibangun berdasarkan teori yang kuat
- c. TAM menunjukkan keunggulannya dengan melihat hasil penelitian-penelitian yang menggunakannya dan mendukung bahwa TAM ini merupakan sistem yang baik
- d. TAM merupakan suatu model yang sederhana akan tetapi itu valid (*persinomi*)⁵.

2. Persepsi Manfaat

Teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*).⁶

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Beberapa

⁵ Jogianto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 138.

⁶ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.), 109–110.

indikator manfaat penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- a. *Makes job easier* (menjadi lebih mudah)
- b. *Increase productivity* (menambah produktifitas)
- c. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas)
- d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya

Berdasarkan definisi tersebut diartikan bahwa manfaat dari penggunaan mobile banking dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Manfaat dalam mobile banking merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Karenanya, tingkat manfaat mobile banking mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut.⁷

3. Persepsi Kemudahan

Konstruk tambahan yang kedua di TAM adalah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.⁸ Teknologi yang berkualitas adalah teknologi yang mudah untuk digunakan. Tidak hanya mudah dalam penggunaan dan pengoperasiannya, melainkan juga memudahkan pengguna dalam menyelesaikan pekerjaan yang dilakukan dibandingkan tanpa menggunakan sebuah teknologi. Jadi apabila semakin tinggi

⁷ Davis, "Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology."

⁸ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, 115.

kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* yang didapat, maka akan semakin tinggi juga minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.⁹

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh setiap nasabah sebelum menggunakan layanan *mobile banking*. Karena nasabah akan menggunakan sistem teknologi tersebut jika layanan tersebut itu mudah dipahami dan mudah untuk digunakan bagi nasabah. indikator untuk mengukur kemudahan penggunaan sebagai berikut:

- a. Mudah dipelajari
- b. Dapat mengontrol pekerjaan
- c. Jelas dan mudah dimengerti
- d. Fleksibel.¹⁰

4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai dengan etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen.¹¹ Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak

⁹ Adi Pratama, dkk, “ Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu), *Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, Vol.2, No, 1, (2019).

¹⁰ Davis "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology."

¹¹ M Lee, *Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking : An Integration Of TAM and TPB With Perceived Risks Perceived Benefits* (Electronic Commerce Research And Application 8, 2009).

memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut ;

- a. Kehandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.¹²

5. Minat

Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu semacam pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berkaitan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan serta dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sifatnya sesaat. Adapun minat bersifat tetap (persistent) dan ada

¹² Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009),

unsur memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi hilang seandainya tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.¹³

Berdasarkan pendapat Ikhwan Susila dan Fathurrachman, di jurnal Martin, minat konsumen merupakan hasil evaluasi merek dan layanan. Langkah terakhir dalam proses ini adalah mengambil keputusan yang kompleks termasuk menggunakan merek atau jasa yang konsumen inginkan, mengevaluasi merek atau jasa tersebut pada saat digunakan dan menyimpan informasi untuk referensi di masa mendatang.¹⁴ Dari pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa minat yaitu suatu keinginan seseorang terhadap barang atau jasa. Dalam itu, setelah memikirkan manfaat dan kegunaannya, mereka putuskan apakah akan menggunakan barang atau jasa tersebut.

Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan. Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.

¹³ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011)

¹⁴ Martin, Hendang Setyo Rukmi, Hari Adianto, "Usulan Peningkatan Minat Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone Samsung Berdasarkan Variabel-Variabel yang Mempengaruhinya Menggunakan *Structural Equation Modeling*", *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, Reka Integra*, Vol.1, No. 4, 2014, 132.

- b. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.¹⁵

Minat tidak muncul tiba-tiba datang dari dalam diri individu. Minat pada seseorang dapat muncul melalui suatu proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka dapat timbul minat. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, kesenangan, keterampilan, kemampuan, dan kesesuaian. Adapun faktor-faktor timbulnya minat yaitu;

- a. Faktor Produk, atribut yang ada pada suatu produk adalah hal penting. Guna menarik seseorang untuk memakainya. Adapun indikator yang digunakan merupakan produk yang bervariasi, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan, persyaratan yang ringan, biaya yang murah, jasa pembiayaan dan lain sebagainya.
- b. Faktor kepercayaan, kepercayaan individu terhadap suatu produk mempunyai peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan menyeleksi produk yang baik dan juga terpercaya. Adapun indikator yang digunakan yaitu jaminan keamanan yang diberikan.

¹⁵ Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002)

- c. Faktor kebutuhan, kebutuhan merupakan sifat alamiah seseorang sehingga dijadikan fasilitas yang ada. Adapun indikator yang dipakai adalah dengan adanya kebutuhan yang mendesak, untuk modal usaha, serta kondisi keuangan yang minim.¹⁶

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Owais Bakarar (2020), <i>Predictors Of E-Banking Service Adoption In Malaysia Using An Extended Teknologi Acceptance Model</i>	Penggunaan Teori <i>Technologi Acceptance Model</i> (TAM)	Variabel risiko Lokasi	Hasil studi ini mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan secara signifikan terikat dengan penggunaan <i>E-banking</i> . Sedangkan manfaat yang dirasakan dan resiko tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan

¹⁶ Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 51.

				variabel dependen. ¹⁷
2.	Ruslinda Agustina, Rizki Amalia, Arisa Safrina (2018), Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin	Variabel kemudahan, kebermanfaatan, Kepercayaan, Minat <i>Internet Banking</i>	Lokasi, Variabel risiko,	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> karena nilai sig $0,013 < 0,05$, sedangkan variabel kemudahan, resiko, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>internet banking</i> terlihat pada nilai signifikan yang lebih besar dari $0,05$. ¹⁸

¹⁷ Owais Barkat Al-Gharaibah, "Predictors of E-Banking Service Adoption in Malaysia Using an Extended Technology Acceptance Model," *International Journal Of Contemporary Management and Information Technology*, Vol. 1, No. 1 (2020): 23.

¹⁸ Ruslinda Agustina, Rizki Amalia Afriana, dan Arisa Safrina, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin," *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 11, No. 2 (30 September 2018): 265.

3.	Ira, Fachrudin, dan Yuyun (2020), Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia)	Sama-sama menggunakan variabel kemudahan, dan manfaat	Penelitian sekarang menambahkan variabel kepercayaan, dan objek yang digunakan nasabah BMI KCP Madiun	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah muslim milenial dalam menggunakan perbankan digital secara parsial dan simultan. ¹⁹
4.	Uswatun Hasanah dkk (2021), Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) Pada Layanan	Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah sama-sama membahas atau meneliti	Penelitian terdahulu menambahkan penggunaan sistem sebagai variabel intervening	Penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh pada penggunaan sistem, persepsi kegunaan atau manfaat tidak berpengaruh terhadap minat

¹⁹ Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, dan Yuyun Rosalina, "Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 6, No. 3 (2020): 478.

	Syariah Link Aja	tentang bagaimana persepsi konsumen itu sendiri tentang penggunaan layanan mobile banking		penggunaan, minat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem. ²⁰
5.	Syifa dan Popon Sri Susilawati (2022), Analisis Faktor Lingkungan Masyarakat Pada Pemahaman <i>Digital Banking</i> Bank Syariah.	Secara umum fokus penelitian antara penelitian terdahulu dan penelitian sekarang hampir sama yaitu membahas mengenai <i>digital banking</i> .	Perbedaan penelitian sekarang terlihat dari fokus penelitiannya, penelitian sekarang berfokus pada persepsi nasabah menggunakan <i>digital banking</i> sedangkan penelitian terdahulu	Hasil akhir dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa masyarakat belum begitu memahami <i>digital banking</i> karena berdasarkan penelitian dilihat dari dua variabel masyarakat berada pada kategori ragu-ragu, dimana 66,3% masyarakat

²⁰ Uswatun Hasanah dkk., "Penggunaan *Digital Payment* Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Layanan Syariah LinkAja," *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, Vol.10, No.1 (25 Mei 2021), 93.

			berfokus pada bagaimana pemahaman masyarakat terhadap <i>digital banking</i>	berdasarkan variabel lingkungan masyarakat dan sebanyak 55,9% masyarakat berdasarkan variabel pemahaman <i>digital banking</i> masih berada pada kategori ragu-ragu. ²¹
6.	Ahmed M., dkk (2018), <i>Perceived Value As A Moderator Variabel In Mobile Banking Context: An Extension Of Technology Acceptance Model (TAM)</i>	Sama-sama menggunakan variabel kemudahan, manfaat, Membahas minat penggunaan <i>E-banking</i>	Penelitian dahulu menambahkan variabel risiko sebagai variabel independen dan nilai percaya sebagai variabel moderator	Penelitian ini menjelaskan variabel kemudahan, manfaat, dan nilai yang dirasakan berpengaruh positif pada niat penggunaan. ²²
7.	Intan, Megawati,	Penggunaan	Lokasi	Hasil penelitian

²¹ Syifa dan Popon Sri Susilawati, "Analisis Faktor Lingkungan Masyarakat Pada Pemahaman Digital Bank S," *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, Vol.1, No.2, (2022), 131–38.

²² Ahmed M. Mutahar dkk., "*Perceived Value As A Moderator Variable In Mobile Banking Context: An Extension Of Technology Acceptance Model (TAM)*," *International Journal of Management and Human Science (IJMHS)* Vol. 2, No. 1 (2 Januari 2018): 1–8.

	<p>dan Agus (2018), Perilaku Penggunaan <i>Internet Banking</i> Sebagai Alat Transaksi Finansial</p>	<p>Teori <i>Technologi Acceptance Model</i> (TAM) Berfokus pada digital banking</p>	<p>Variabel Manfaat</p>	<p>menunjukkan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>perceived usefulness, perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention, visibility</i> dan <i>enjoyment</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>attitude toward using, attitude toward using</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> dan <i>behavioral intention</i> berpengaruh signifikan</p>
--	--	---	-----------------------------	---

					terhadap <i>actual usage</i> . Variabel <i>visibility</i> dan <i>enjoyment</i> secara tidak langsung berpengaruh terhadap <i>actual usage</i> . ²³
8.	Amro Al-Madadha, (2022), <i>Adoption Of Telecommuting In The Banking Industry: A Technology Acceptance Model Approach</i>	Variabel manfaat, Kepercayaan, dan kemudahan	Variabel dukungan organisasi, Objek dan lokasi	studi ini menemukan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, dan manfaat yang dirasakan dari <i>telecommuting</i> pada kepuasan karyawan dengan <i>telecommuting</i> , ditemukan signifikan. Selain itu, kemudahan penggunaan yang dirasakan dipengaruhi secara substansial oleh dukungan	

²³ Intan Ika Putri Heryani, "Megawati Simanjuntak, dan Agus Maulana, "Perilaku Penggunaan *Internet Banking* Sebagai Alat Transaksi Finansial," *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)* Vol.6, No. 1 (2020): 86.

				organisasi yang dirasakan dan kepercayaan diri karyawan yang dirasakan. ²⁴
9.	Yeni, Maria, Afrizal (2020), Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Variabel kemudahan, kegunaan dan kegunaan Pembahasan mengenai layanan banking	Lokasi penelitian Pada penelitian terdahulu Variabel penggunaan , variabel kenyamanan	Variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo, sedangkan variabel persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo. 25
10.	Marija Vukovic, dan Duje Kundid (2019), <i>Technology Acceptance</i>	Variabel Persepsi	Tempat, penambahan variabel karakteristik demografi	Hasil penelitian menegaskan bahwa kedua elemen (kemudahan dan

²⁴ Amro Al-Madadha dkk., "Adoption of Telecommuting in the Banking Industry: A Technology Acceptance Model Approach," *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management* Vol.17 (2022): 458.

²⁵ Yeni Oktapiani, Maria Rosario, dan Afrizal Nehemia, "Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi* Vol.2, No. 3 (12 September 2020): 249.

	<i>Model For The Internet Banking Acceptance In Split.</i>		dan ekonomi	manfaat) model penerimaan teknologi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan internet banking di kota Split. Dan karakteristik demografi dan ekonomi serta persepsi individu mempengaruhi penerimaan dan penggunaan internet banking di kota Split. ²⁶
11.	Andreuw K. Pantow, dkk (2021), Penerimaan Mahasiswa Akuntansi atas Aplikasi Myob Accounting dengan Pendekatan	Penggunaan teori <i>technology acceptance model</i>	Variabel Y Fokus aplikasi penelitian	Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap dikarenakan seorang mahasiswa merasa penggunaan aplikasi MYOB

²⁶ Marija Vuković, Snježana Pivac, dan Duje Kundid, "Technology Acceptance Model for the Internet Banking Acceptance in Split," *Business Systems Research Journal* Vol.10, No. 2 (1 September 2019): 124.

	<i>Technology Acceptance Model</i>			<i>Accounting</i> dapat memberikan manfaat dalam proses penyusunan laporan keuangan, sehingga orang akan menyukai penggunaan aplikasi tersebut. ²⁷
12.	Lutfi Rokhiyatul dan Darwanto (2021), Analisis Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	Variabel persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan	Objek penelitian, penggunaan variabel keamanan, pengalaman, dan kompatibilitas	Hasil analisis menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model TAM yaitu manfaat dan kemudahan, serta tiga variabel eksternal yaitu keamanan, pengalaman dan kompatibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan

²⁷ Andreuw K. Pantow, dkk, "Penerimaan Mahasiswa Akuntansi atas Aplikasi *Myob Accounting* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*, *Jurnal Riset dan Akuntansi*, Vol. 5, No, 1, (2021).

				<i>mobile banking</i> pada generasi milenial secara parsial maupun simultan. ²⁸
13.	Nuraini Chaniago dan Reviana Ragma (2022), Determinan Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Penggunaan <i>Internet Banking</i>	Variabel kemudahan, variabel kepercayaan, dan variabel penggunaan	Lokasi, Penambahan variabel kendala	Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah variabel kemudahan, kepercayaan, dan juga kendala berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>internet banking</i> , sedangkan variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan. ²⁹
14.	Joe Muzurura,	Persamaan	Pada	Temuan ini

²⁸ Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh dan Darwanto Darwanto, "Analisis Penggunaan *Mobile Banking* pada Generasi Milenial dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*," *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.5, No. 02 (6 Oktober 2021): 155.

²⁹ Nuraini Chaniago dan Reviana Rahma Sari, "Determinan Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Penggunaan *Internet Banking*," *Jurnal Ekonomi Digital* Vol.1, No. 2 (2022): 108.

	dan Fari Chigora (2019), <i>Cunsumers Behavioural Intention To Adopt Mobile Banking In Rural Sub-Sahara Africa Using An Extension Of Technology Acceptance Model: Lessons From Zimbabwe</i>	dari penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan kemudahan manfaat, dan kepercayaan dan didalam penelitian.	penelitian terdahulu ini menambahkan variabel resiko, tingkat kecocokan, pengaruh sosial, dan faktor-faktor demografis seperti: usia, pendapatan perkapita, jenis kelamin, dan pendidikan	menunjukkan bahwa kemungkinan mengadopsi <i>mobile banking</i> di daerah Afrika Sub-Sahara dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan dan faktor demografis. ³⁰
15.	Ronny Lim dan Lim (2022), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Menggunakan Layanan <i>Mobile</i>	Variabel persepsi manfaat, dan variabel kemudahan	Peneliti dahulu Variabel risiko	Hasil uji dengan PLS diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh

³⁰ Joe Muzurura dan Farai Chigora, "Consumers' Behavioural Intention to Adopt Mobile Banking in Rural Sub-Saharan Africa Using an Extension of Technology Acceptance Model: Lessons from Zimbabwe," *International Journal of Business, Economics and Management* Vol.6, No.6, (2019): 316.

	<i>Banking</i> di Batam			positif namun dua variabel yang lain yaitu persepsi manfaat dan risiko tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> . ³¹
--	-------------------------	--	--	--

C. Kerangka Pemikiran

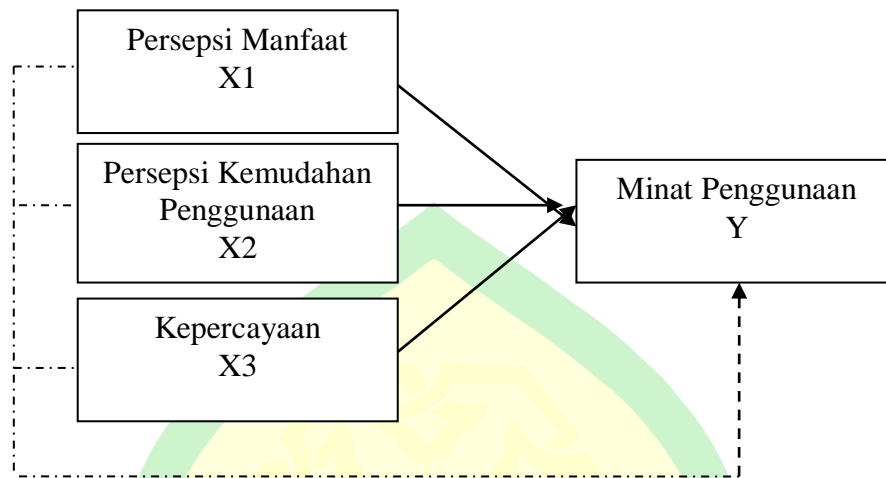
Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³² Dalam kerangka berfikir ini, menggambarkan tiga variabel independen dan juga satu variabel dependen. Tiga variabel independen yang digunakan yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan. Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis pada gambar sebagai berikut.



IAIN
PONOROGO

³¹ Ronny Lim dan Lady Lady, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Batam," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* Vol.5, No. 1 (25 Januari 2022): 941.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 91.



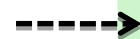
Gambar 2.1

Kerangka Berfikir

Keterangan:



: Secara Parsial



: Secara Simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dikatakan sebagai jawaban yang empirik dengan data.³³

- 1) Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016),

pekerjaan.³⁴ Semakin besar manfaat penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, termasuk teknologi mobile banking. hal tersebut menunjukkan bahwa antara manfaat dan minat memiliki pengaruh positif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Nur dan Brady dalam judul “Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Telkom”, variabel manfaat baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*.³⁵ Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Hasanah dkk dalam judul “Penggunaan *Digital Payment* Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Layanan Syariah Link Aja” secara parsial variabel persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan link aja.³⁶

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama (H_1) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Ha1: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

³⁴ *Sistem Informasi Keperilakuan*, 114.

³⁵ Wahyuni Nur Syahril dan Brady Rikumahu, “Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Telkom,” *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3, No. 2 (4 Maret 2019), 201.

³⁶ Hasanah dkk., “Penggunaan *Digital Payment* Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang,” 99.

H₀₁: Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

- 2) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.³⁷ Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan memakainya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rafi dan Brady dengan judul “Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Analisis Niat Perilaku Penggunaan *Internet Banking* Pada Mahasiswa Universitas Telkom”. Variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sikap penggunaan internet banking.³⁸ Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yeni Oktapiani dkk dengan judul “ Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)”, menghasilkan bahwasanya

³⁷ *Sistem Informasi Keperilakuan*, 115.

³⁸ Rafi Irbah Kusumawati dan Brady Rikumahu, “Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Analisis Niat Perilaku Penggunaan *Internet Banking* pada Mahasiswa Universitas Telkom,” *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3, No. 2 (2019), 227.

variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada minat penggunaan BRImo.³⁹

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua (H_2) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Ha2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho2: Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun.

3) Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

Secara umum kepercayaan didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang membangun niat untuk menerima kerentanan berdasarkan ekspektasi niat atau perilaku lain.⁴⁰ Kepercayaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepercayaan nasabah terhadap penggunaan Muamalat DIN mengenai tingkat keamanan dan kerahasiaan yang diberikan oleh pihak perbankan. Saat nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi kepada *E-banking* tersebut, maka dapat dijadikan ukuran perilaku untuk menumbuhkan minat dalam menggunakan *E-banking*.

Menurut penelitian terdahulu Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino yang berjudul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan

³⁹ Yeni Oktapiani, Maria Rosario, dan Afrizal Nehemia, “Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, Vol.2, No. 3 (2020), 249.

⁴⁰ Bella Maharani, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat),” *Jurnal STEI Ekonomi* (2020), 6.

Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru Dharmasraya”. Pada penelitian tersebut menghasilkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.⁴¹

Sedangkan pada penelitian Ruslinda Agustina dkk dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin” berdasarkan hasilnya variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif pada minat menggunakan *internet banking*.⁴²

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga (H₃) yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Ha3: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun.

Ho3: Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

- 4) Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Persepsi

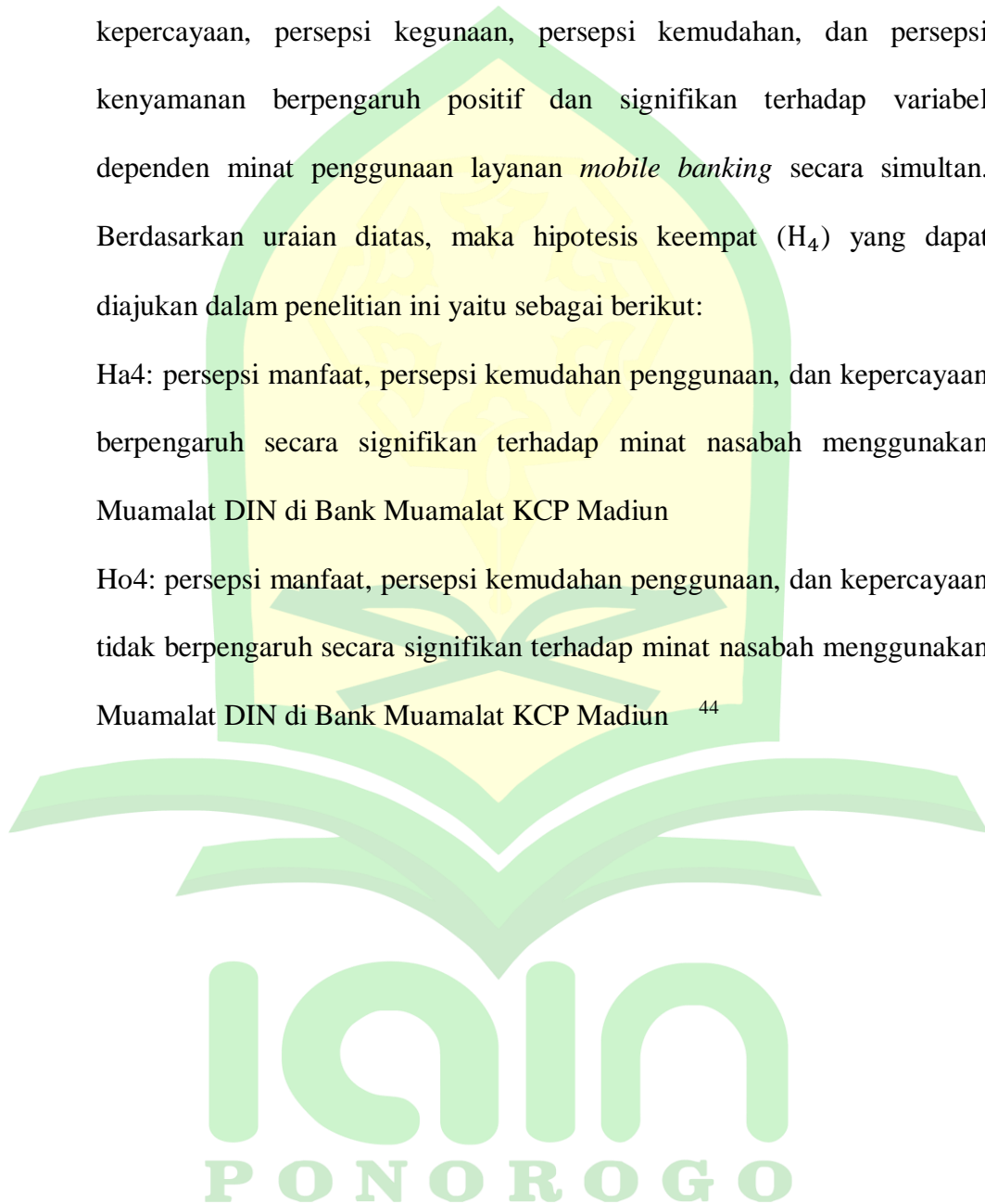
⁴¹ Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru, Dharmasraya,” *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* Vol. 16, No. 2 (27 Juli 2021): 115.

⁴² Agustina, Afriana, dan Safrina, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin,” 265.

Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN.⁴³ Pada penelitian tersebut menyatakan bahwa semua variabel independen yaitu kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen minat penggunaan layanan *mobile banking* secara simultan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis keempat (H_4) yang dapat diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Ha4: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun

Ho4: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun ⁴⁴



⁴³ Rozi dan Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN," 92.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rencana Penelitian

Penelitian ini terkait dengan pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif dengan unit analisis yang diteliti merupakan nasabah pengguna Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Penelitian kuantitatif asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan kepercayaan (X3), berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun (Y).

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN adalah dimana pengaruh persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan kepercayaan (X3). Minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y). Pengaruh variabel-variabel ini dapat dicari dengan meregresikan variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya. Variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, selanjutnya indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 20.

dengan menggunakan skala *ordinal* dengan empat (4) pilihan jawaban yaitu, untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

1. Variabel Independen

a. Persepsi manfaat (X1)

Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Daya guna yang diperoleh adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.

b. Persepsi kemudahan penggunaan (X2)

Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

c. Kepercayaan (X3)

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.

2. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini variabel terikatnya merupakan minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y), yang dimaksud dengan minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih

memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala Pengukuran
1.	Persepsi Manfaat (X1)	Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Daya guna yang diperoleh adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi lebih mudah 2. Menambah produktifitas 3. Mempertinggi efektivitas 4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang 	Davis, <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology</i> 1989	Ordinal
2.	Persepsi Kemudahan (X2)	Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat mudah dipelajari 2. Dapat mengontrol pekerjaan 3. Jelas dan 	Davis, <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of</i>	Ordinal

		teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.	mudah dimengerti bagi pengguna 4. fleksibel	<i>Information Tecnology</i> 1989	
3.	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.	1. Kehandalan (pelayanan yang dijanjikan) 2. Kepedulian (solusi diberikan perusahaan) 3. Kredibilitas (kejujuran perusahaan)	Farida Jasfar, Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu (2009)	Ordinal
4.	Minat (Y)	Minat adalah bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pengguna mau menggunakan suatu produk. Suatu produk dikatakan telah	1. Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk 2. Kecenderun	Ferdinand, Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi (2002)	Ordinal

		dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut teah digunakan.	gan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain 3. Kecenderungan seseorang mencari informasi tentang suatu produk yang diminatinya.		
--	--	--	--	--	--

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana situasi sosial tersebut akan diteliti.² Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun berlokasi di Jl. Kolonel Mahardi No.2, Pangongangan, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Secara geografis, lokasi bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun sangat strategis karena berada di wilayah jantung kota Madiun. Dengan tempat yang sangat strategis tersebut dapat mempermudah jangkauan masyarakat kota maupun desa untuk dapat memanfaatkan jasa dari Bank BMI KCP Madiun.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 117.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah BMI KCP Madiun yang menggunakan layanan Muamalat DIN yaitu sebanyak 1.993 orang nasabah.⁴

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dari populasi yang memiliki karakteristik sesuai penelitian yang akan dilakukan.⁵ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁶ Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan 10%

$$n = \frac{1.993}{1 + 1993(0,1)^2} = 95,22 \text{ dibulatkan menjadi } 95.$$

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 126.

⁴ Affandi Shopia, Wawancara, 2 Februari 2023

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 127

⁶ Ibid, 122.

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 95 responden.

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan jenis data kuantitatif dengan sifat asosiatif. Data kuantitatif adalah data yang disajikan berupa angka-angka baik yang secara langsung diperoleh dari hasil penelitian maupun data kualitatif yang diolah menjadi kuantitatif. Data kuantitatif sendiri adalah serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang masih berbentuk fakta-fakta verbal atau hanya berupa keterangan saja. Data tersebut dapat menjadi kuantitatif setelah dilakukan pengelompokan dan dinyatakan dalam satuan angka.⁷

Sumber data yang digunakan yaitu berupa data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan yang sumbernya dari responden, dan dari hasil wawancara dengan pihak yang bersangkutan. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas seperti al-qur'an, buku-buku, jurnal, internet, dan lainnya.

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan beberapa metode yaitu:

1. Wawancara, merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan maka dalam

⁷ Muhammad Teguh, *Metodelogi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 118.

suatu topik tertentu.⁸ Dengan mengambil narasumber pimpinan Bank Muamalat KCP Madiun dan perwakilan dari nasabah Bank Muamalat KCP Madiun.

2. Kuesioner atau angket, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (nasabah) untuk dijawabnya.⁹ Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan.

G. Instrumen Penelitian

Penelitian ini terdapat empat instrumen penelitian yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan serta minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Instrumen penelitian persepsi manfaat yang digunakan terdiri dari empat item pernyataan, instrumen penelitian persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari empat item pernyataan, kepercayaan terdiri dari empat item pernyataan, dan minat penggunaan Muamalat DIN terdiri dari tiga item pernyataan. Untuk melihat sikap responden dalam merespon pertanyaan atau pernyataan dengan peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁰ Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007) 410.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 137.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 132.

titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Peneliti menyediakan skala empat yang harus dipilih responden dengan skor jawabannya sebagai berikut:

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pada penelitian ini, menggunakan skala likert 4 poin dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu (*undecided*). Hal ini dilakukan karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral dan ragu-ragu. Jawaban ragu-ragu juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih jawaban di tengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu responden memilih jawaban hanya untuk mencari amanya.¹¹

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹² Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil rhitung kita bandingkan

¹¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), 139.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 52.

dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dikatakan valid.¹³

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama.¹⁴

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi-dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner, uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach alpha* > 0,60 maka reliabilitas bisa diterima.¹⁵

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan

¹³ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 108.

¹⁴ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 77.

¹⁵ Ibid.

tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.¹⁶ Pada tahapan analisis data diolah sedemikian rupa sehingga dapat disimpulkan kebenaran yang dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.¹⁷ Uji normalitas penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogorov-Smirnov* yang terdapat pada SPSS 25 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Pengambilan kesimpulan untuk membuktikan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidaknya adalah dengan nilai signifikannya, jika signifikan $> 0,05$, maka variabel berdistribusi normal, dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$, maka variabel tidak berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Multikolinieritas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika

¹⁶ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 108.

¹⁷ Ridwan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 160-170.

terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinearitas.¹⁸ Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas ada 2 cara yaitu melihat nilai tolerance dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji. Sebaliknya jika nilai tolerance $< 0,1$ maka artinya terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji *Rank Spearman* untuk uji heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan tingkat signifikan 5%, jika didapatkan nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ artinya tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.²⁰

¹⁸ Imam Ghozali, *Op. Cit*, 225.

¹⁹ *Ibid*, 134.

²⁰ Romi Priyastama, *The Book of SPSS: Analisis & Pengolahan Data* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 125.

d) Uji Autokorelasi

Untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain digunakan uji autokorelasi.²¹ Metode uji autokorelasi yang sering dipakai dengan Durbin Watson (uji DW). Dengan dasar dimana DL dan DU untuk $k +$ jumlah variabel bebas dan $n +$ jumlah sampel. Jika $D-N$ berada diantara nilai DU hingga $(4-DU)$ berarti asumsi tidak terjadi autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiric.²²

a) Analisis linier berganda

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda. Dalam analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah :²³

²¹ Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), 106-107.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 64.

²³ Ibid, 289.

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

Keterangan :

Y = Variabel Y, yaitu minat penggunaan Muamalat DIN

A = konstanta

b_1 - b_3 = koefisien regresi

X_1 = Persepsi kemudahan

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Persepsi manfaat

e = Standard eror

b) Uji simultan (Uji F)

Digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependen*). Uji dilakukan dengan langkah membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel.

Dasar pengambilan dalam uji ini ada 2 cara yaitu jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka

Ho diterima dan Ha ditolak. Dan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

c) Uji parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5\%$. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dan dependen dalam suatu persamaan regresi.²⁴ Dalam R^2 akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total variasi yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 , X_2 maupun X_3 .

²⁴ Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 525.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum ini berisi tentang penjabaran singkat tentang objek yang diteliti dalam penelitian ini :

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

Sejarah Bank Muamalat dimulai pada tanggal 1 November 1991 atau bertepatan pada 24 rabiul akhir 1412 H, membuat akta pendirian dan dibuat dihadapan Yudo Paripurno, S.H., notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia, dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia Tbk dengan nama singkat BMI. Namun Bank Muamalat Indonesia baru mulai beroperasi pada tahun 1992. Pendirian tersebut diprakarsai oleh organisasi muslim yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), dan pendirian tersebut mendapat dukungan dari masyarakat dan pemerintah saat itu. Hal ini dapat kita lihat dari jumlah pembelian yang mencapai nilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan. Selain dari dukungan tersebut, modal pendirian bank bertambah pada saat acara silaturahmi peringatan pendirian yang dilaksanakan di Istana Bogor. Adapun modal tersebut berjumlah Rp. 106 miliar yang berasal dari masyarakat Jawa Barat.¹

¹ Dokumentasi, Bank Muamalat KCP Madiun

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Penghargaan ini semakin memperkokoh posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus berkembang.

Pada akhir tahun 90-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporak-porandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen koperasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar 105 miliar, ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi BMI. Dalam kurun waktu tersebut, BMI berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap kru Muamalat, didukung oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, BMI berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat, BMI kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada:

- a. Tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham
- b. Tidak melakukan PHK satupun terhadap sumber daya insane yang ada, dan dalam hal ini pemangkasan biaya, tidak memotong hak kru Muamalat sedikitpun
- c. Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan direksi baru
- d. Peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua,
- e. Pengembangan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran BMI.

Pada tahun ketiga dan seterusnya yang akhirnya membawa BMI, dengan rahmat Allah Rabbul Izzati, ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 dan seterusnya. Saat ini BMI memberikan layanan bagi lebih dari 2,5 juta nasabah melalui 275 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 kantor pos *online/ SOPP* di seluruh Indonesia, 32.000 ATM, serta 95,000 *merchant debit*. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank

syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu Kuala Lumpur, Malaysia.

Untuk meningkatkan aksesibilitas nasabah di Malaysia, kerja sama dijalankan dengan jaringan *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Sehingga Bank pertama murni syariah, BMI berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh pemerintah, media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih 70 *award* bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai *Best Islamic Bank In Indonesia 2009* oleh *Islamic Finance News* (Kuala Lumpur), sebagai *Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009* oleh *Global Finance* (New York) serta sebagai *The Best Islamic Finance House in Indonesia 2009* oleh *Alpha South East Asia* (Hong Kong).²

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

BMI dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia memiliki visi dan misi, yaitu sebagai berikut;

a. Visi

Visi Bank Muamalat Indonesia adalah “*The Best Islamic Bank and top 10 bank in Indonesia with strong regional presence*” yaitu menjadi

² Ibid

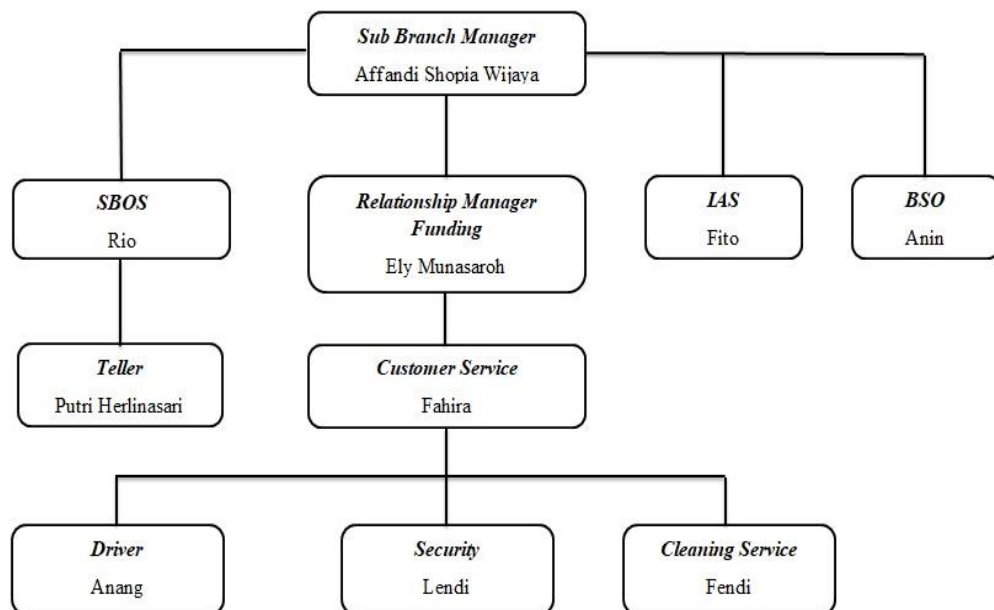
bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui tingkat regional.

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islam dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.³

3. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Berikut ini struktur organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun⁴



Sumber: Kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Bank BMI KCP Madiun

³ Ibid

⁴ Ibid

Berikut ini merupakan penjelasan pembagian tugas masing-masing jabatan di Bank Muamalat:⁵

a. *Sub Branch Manager*

Sub Branch Manager merupakan seorang pimpinan dan pengawas kegiatan di BMI KCP Madiun sesuai dengan kebijakan umum yang telah disetujui dengan komisariat dalam rapat umum pemegang saham (RUPS). Tugas dan tanggung jawab dari sub *branch manager* yaitu sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap operasional bank
- 2) Sebagai coordinator seluruh staff dan karyawan bank
- 3) Sebagai pelaksana kebijakan-kebijakan direksi terkait dengan operasional kantor cabang pembantu
- 4) Memiliki wewenang tertinggi di cabang pembantu
- 5) Pemegang limit pengeluaran tertinggi di kantor cabang pembantu

b. *Sub Branch Oprasional Supervisor*

Bertanggung jawab mengawasi keadaan *teller* dan bank *office* khususnya pada saat penutupan kas *teller*, sub *branch oprasional supervisor* bertugas mengawasi keadaan kas *teller* dan bertanggung jawab melaporkan kepada sub *branch manager* mengenai uang keluar dan masuk. Selain itu, sub *branch oprasional supervisor* juga bertanggung jawab mengenai keputusan-keputusan untuk pembelian peralatan kantor dan keperluan lainnya pada kantor cabang pembantu.

⁵ Dokumentasi, Bank Muamalat KCP Madiun

Berkoordinasi dengan *costumer service* dalam hal pembukaan rekening baru dan penutupan rekening.

c. *Relationship Manager Funding*

Tugas dari *relationship manager funding* yaitu sebagai berikut:

- 1) Mencari calon nasabah yang potensial sebagai perolehan sumber dana
- 2) Menjaga nasabah untuk selalu bertransaksi dengan bank
- 3) Memasarkan produk bank, mencari calon nasabah yang potensial sebagai alokasi dana pembiayaan
- 4) Membuat dan memelihara semua. Dokumen pada bagian pembiayaan
- 5) Memonitor setiap debitur atau nasabah yang jatuh tempo secara berkelanjutan
- 6) Mengecek dan mensurvei calon nasabah baru yang mengajukan pembiayaan
- 7) Menandatangani atau mengesahkan apakah calon nasabah ini bisa mendapat pembiayaan atau tidak
- 8) Melakukan penagihan terhadap debitur yang bermasalah, mencari sumber permasalahan dan alternative jalan keluar

d. *Insurance Advisor Syariah (IAS)*

Tugas dari IAS memasarkan produk asuransi jiwa syariah kepada nasabah BMI.

e. *Community Sales Representative (CSR)*

Tugas seorang CSR yaitu memasarkan dan mengenalkan produk tabungan haji kepada calon nasabah.

f. *Customer Service*

Customer Service bertugas untuk melayani nasabah secara langsung yang datang ke bank. tugas pokok dari *Customer service* yaitu sebagai berikut:

- 1) Memberikan keterangan atau pelayanan yang dibutuhkan nasabah mengenai produk-produk di BMI
- 2) Melayani setiap tamu atau nasabah yang bermaksud bertemu staff atau karyawan bank
- 3) Membuat rekening tabungan ataupun deposito kepada nasabah baru sesuai dengan nomor urut
- 4) Menerima dan memeriksa kelengkapan dan persyaratan berkas permohonan pembukaan rekening nasabah, pembiayaan yang diajukan oleh nasabah dan kemudian menyerahkan kepada bagian marketing

g. *Teller*

Teller selaku bank untuk melaksanakan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang. Tugas pokok *teller* yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengatur dan memelihara saldo atau posisi uang kas yang ada dalam tempat nasabah bank

- 2) Pelaksanaan transaksi keuangan tunai sama dengan setoran dan pembayaran
 - 3) Pelaksanaan mutasi uang tunai antar *teller* kantor kas
 - 4) Berkewajiban membuat laporan kas harian
- h. Bagian keamanan Urusan Rumah Tangga Kantor (*Non Banking Staff*)
- Non banking staff* bertugas dalam mengamankan kekayaan kantor serta pemeliharaan dan urusan rumah tangga lainnya. Bagian-bagian dan tugas pokok *non banking staff* yaitu sebagai berikut:
- 1) *Security*, bertugas untuk siap jaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah kantor, *menfull* (mengeluarkan dan memasukkan uang dari brankas bersama *teller* dan pejabat bank), pengawalan penyetoran uang ke Bank Indonesia.
 - 2) *Office boy*, bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan staf bank lain.

4. Kegiatan Funding Produk Pendanaan

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Madiun memiliki beberapa produk pendanaan sebagai berikut:

a. Tabungan IB Muamalat

Tabungan IB Muamalat adalah tabungan syariah yang sepenuhnya dikelola dengan akad mudharabah mutlaqah atau bagi hasil, bebas riba dan menenangkan.

b. Tabungan Muamalat Prima

Tabungan Muamalat Prima adalah satu produk perbankan unggulan dari BMI untuk menambahkan hasil yang maksimal dan kebebasan dalam bertransaksi.

c. Tabungan Muamalat Sahabat

Tabungan Muamalat Sahabat adalah tabungan yang dikhususkan untuk perusahaan atau lembaga yang bertujuan untuk memudahkan dalam proses penyimpanan dan penggajian bagi para karyawan. Tabungan muamalat sahabat merupakan tabungan yang bebas biaya administrasi karena diperuntukan khusus mitra aliansi bank.

d. Tabungan Ku

Tabungan Ku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

e. Tabunagn Haji Arafah

Tabungan Haji Arafah merupakan tabungan yang membantu dalam merencanakan ibadah haji dengan setoran yang terjangkau untuk mendapatkan porsi haji karena terhubung langsung dengan SISKOHAT Kementerian Agama.

f. Tabungan Muamalat Dollar

Tabungan Muamalat Dollar adalah tabungan mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BMI.

g. Tabungan Muamalat Umrah

Tabungan Muamalat Umroh merupakan tabungan yang digunakan untuk merencanakan keberangkatan umroh di masa yang akan mendatang. Dalam tabungan muamalat umrah terdapat setoran rutin yang harus disetor oleh nasabah sehingga dapat ditentukan target dan jangka waktu yang dapat dicapai oleh nasabah.

h. Deposito Mudharabah

Deposito Muamalat merupakan jenis simpanan pada bank syariah dalam mata uang rupiah dan valuta asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan saat jatuh tempo deposito (sesuai jangka waktunya).

i. Deposito Fullinvest

Deposito Fullinvest adalah jenis simpanan pada BMI dalam mata uang rupiah dan valuta asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan saat jatuh tempo. Dalam produk ini nasabah mendapatkan fasilitas asuransi.

j. DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan)

Bank Muamalat menawarkan kemudahan perencanaan keuangan masa depan bagi karyawan maupun pekerja mandiri yang *discover* dengan asuransi syariah, dikelola dengan investasi jangka panjang dalam mewujudkan rekening pribadi, memberikan jaminan keseimbangan penghasilan selama masa pensiun.

5. Kegiatan *Financing* (Pembiayaan)

Adapun beberapa produk pembiayaan sebagai berikut :

a. Pembiayaan KPR Syariah IB

Pembiayaan untuk kepemilikan hunian sesuai dengan prinsip syariah. dalam pembiayaan baiti jannati, akad yang digunakan adalah murabahah atau jual beli. Dalam pembiayaan baiti jannati, dana yang ada tidak hanya digunakan untuk pembelian rumah saja, namun juga dapat digunakan sebagai pembelian ruko dan juga dapat digunakan untuk renovasi.

b. Al-Ijarah

Merupakan produk pembiayaan yang akan membantu untuk memiliki kendaraan bermotor. Produk ini merupakan kerja sama antara BMI dengan Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF)

c. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja merupakan produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha, sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha akan terjamin.

d. Pembiayaan Rekening Koran Syariah

Pembiayaan Rekening Koran Syariah merupakan produk pembiayaan khusus modal kerja yang akan meringankan usaha dalam mencairkan dan melunasi pembiayaan sesuai kebutuhan dan kemampuan.

6. Digital Banking (Muamalat Digital Islamic Network)

Layanan perbankan digital (*Digital Banking*) adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan melalui pemanfaatan data nasabah hingga bank dapat melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan. Nasabah dapat melakukan kegiatan

perbankan secara mandiri dengan memperhatikan aspek keamanan.⁶ Pengembangan layanan perbankan digital di Indonesia bermula dari layanan perbankan tanpa kantor cabang (branchless banking) dan layanan keuangan digital (LKD). Pengembangan teknologi ini terkait erat dengan program yang direncanakan oleh pemerintah, yakni keuangan inklusif.

Berdasarkan Peraturan OJK (No. 12/POJK.03/2018) tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh Otoritas Jasa Keuangan atau bank umum, digital banking adalah layanan perbankan elektronik yang dirancang untuk memaksimalkan data nasabah. Layanan ini tidak hanya dapat melayani pelanggan dengan lebih efektif, membuatnya sederhana, cepat, dan berdasarkan kebutuhan, tetapi layanan ini juga dapat melayani nasabah dengan mempertimbangkan keamanan.⁷

Digital banking pada umumnya kerap disebut dengan *e-banking* karena dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui beberapa *delivery channel*. Adapun beberapa layanan yang dimaksud antara lain:⁸

a. *Automated Teller Machine* (ATM)

Automated Teller Machine atau yang biasa dikenal dengan Anjungan Tunai Mandiri adalah sebuah alat elektronik untuk melayani nasabah bank untuk mengambil uang tanpa perlu dilayani oleh seorang *teller* manusia. Mesin ATM juga sekarang ini juga melayani

⁶ Lintasarta (Premium Connection), *Era Transformasi Digital*, (Jakarta : Media Service Bisnis Indonesia, 2016), 11.

⁷ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Syariah

⁸ Ibid,

penyimpanan uang, cek, transfer uang dan bahkan membeli pulsa atau melakukan pembayaran tagihan listrik ataupun belanja *online* dan lain-lain.

b. *Cash Deposit Machine (CDM)*

Cash Deposit Machine (CDM) merupakan mesin ATM yang dapat digunakan oleh nasabah bank untuk melakukan penyetoran ke rekening sendiri atau ke rekening orang lain yang ingin dituju. Selain menyetorkan uang tunai CDM juga memiliki fungsi untuk melakukan transfer, pembayaran serta pembelian.

c. *Phone Banking*

Phone banking atau perbankan telepon adalah sebuah layanan yang telah disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lain, yang memungkinkan nasabah bank melakukan berbagai transaksi keuangan melalui telepon yang tidak melibatkan uang tunai atau instrumen keuangan lain, tanpa harus mengunjungi cabang bank atau ATM.

d. *Short Message Service (SMS) Banking*

Short Message Service Banking atau yang lebih dikenal dengan SMS banking adalah sebuah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung menggunakan telepon seluler (Handphone) dengan menggunakan media SMS (*Short Message Service*). Arti istilah SMS Banking merupakan layanan yang disediakan oleh bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan

informasi keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening, dan sebagainya.

e. *Internet Banking*

Internet Banking atau *E-Banking* adalah kegiatan transaksi perbankan dengan perantara internet, dengan tujuan utamanya adalah untuk memudahkan nasabah dalam aktivitas transaksi keuangannya tanpa harus datang langsung ke kantor cabang bank dituju. Dengan adanya layanan *internet banking* pola interaksi bank dan nasabah menjadi lebih fleksibel. Nasabah dapat mengakses layanan internet banking untuk melakukan kegiatan perbankan kapanpun dan dimanapun selama tersambung dengan jaringan internet. Untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dan kemudahan dalam memperoleh informasi tentang produk dan jasanya maka bank syariah melengkapi dengan membangun *website* khusus untuk melakukan proses *internet banking*. Adapun berbagai jenis transaksi *internet banking* adalah transfer dana antar bank/ antar kantor cabang bank, pengecekan saldo, pengecekan informasi nilai tukar, melakukan pembayaran tagihan seperti: listrik, telepon, dan lain-lain, melakukan transaksi pembelian.

f. *Mobile Banking*

M-banking adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang memiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau

komputer tablet. *M-banking* memungkinkan nasabah untuk bertransaksi via handphone dengan menggunakan perintah SMS. Fitur transaksi yang dapat dilakukan yaitu informasi saldo, pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, telepon), pembelian *voucher*. Pada dasarnya dapat pula dilakukan transaksi lain, namun tergantung pada akses yang diberikan bank.⁹

Beberapa jenis layanan yang ada dalam muamalat Din diantaranya:

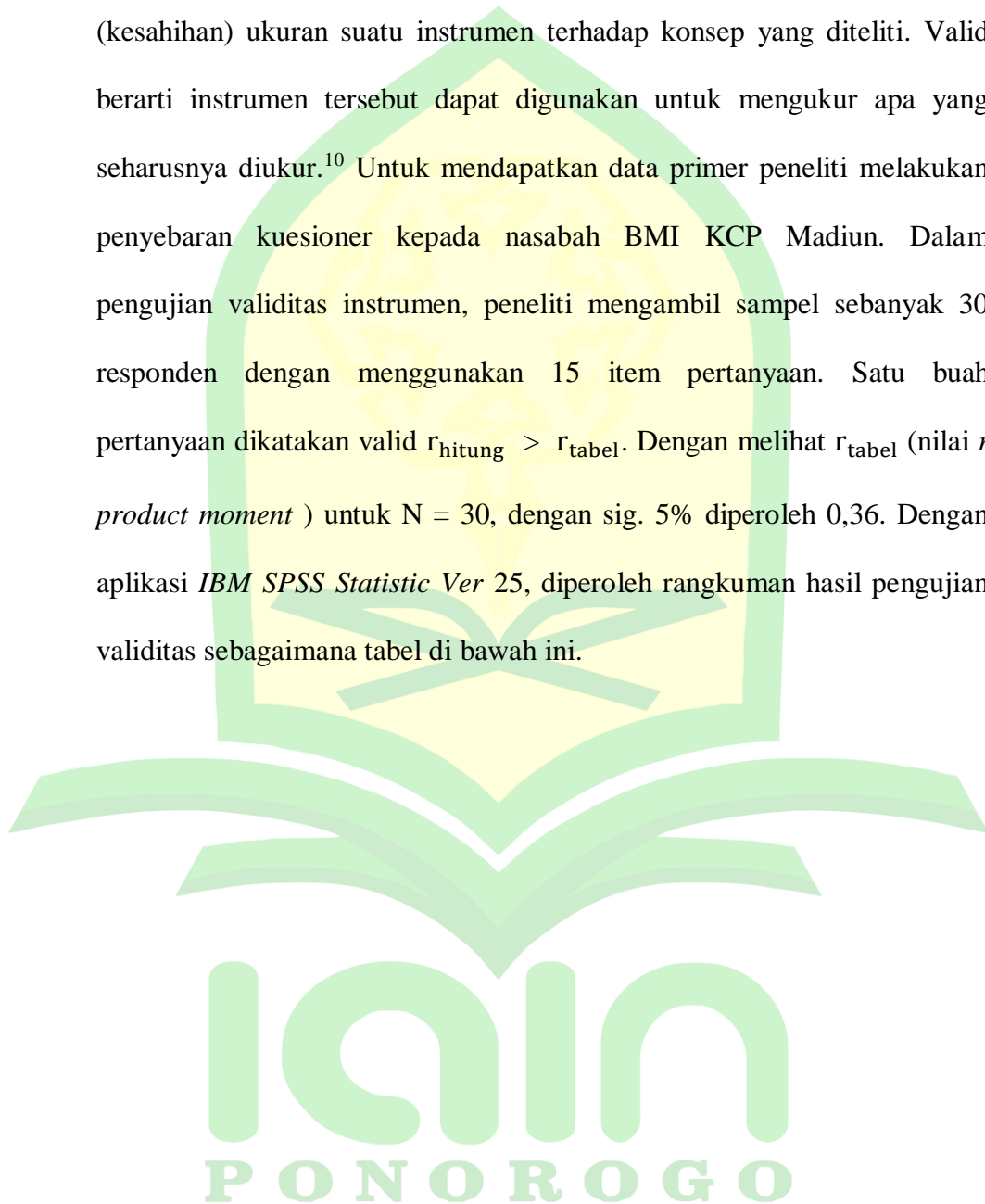
- a. Informasi rekening, portofolio, saldo *e-Money* dan kurs
- b. Transaksi transfer (antar rekening BMI dan antar bank secara *online* SKN/ Kliring)
- c. Transaksi pembayaran (Tagihan PLN, Telepon/ HP, Institut pendidikan, tiket, asuransi, belanja *online*, internet, TV cable dan zakat, infaq)
- d. Transaksi pembelian (Voucher HP, token PLN, *Top up* dan *update* saldo *e-money*, paket data)
- e. Pembayaran dengan QR pay
- f. Pembukaan rekening
- g. Konten islami (jadwal sholat, kiblat, kalkulator zakat)
- h. Lokasi kantor cabang dan ATM Muamalat terdekat
- i. Bagikan bukti transaksi ke media sosial
- j. Pengaturan akun Muamalat DIN: perubahan PIN atau bahasa, menu favorit.

⁹ Ikatan Bankir Indonesia (IBI) Dan Lemabaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta Pusat : PT.Gramdeia Pustaka Utama, 2014), 235.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan (kesahihan) ukuran suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.¹⁰ Untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah BMI KCP Madiun. Dalam pengujian validitas instrumen, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden dengan menggunakan 15 item pertanyaan. Satu buah pertanyaan dikatakan valid $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan melihat r_{tabel} (nilai *r product moment*) untuk $N = 30$, dengan sig. 5% diperoleh 0,36. Dengan aplikasi *IBM SPSS Statistic Ver 25*, diperoleh rangkuman hasil pengujian validitas sebagaimana tabel di bawah ini.



¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 121

Tabel 4.1
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Persepsi Manfaat (X_1)	Item 1	0,743	0,361	Valid
	Item 2	0,780	0,361	Valid
	Item 2	0,816	0,361	Valid
	Item 4	0,772	0,361	Valid
Persepsi Kemudahan (X_2)	Item 1	0,773	0,361	Valid
	Item 2	0,813	0,361	Valid
	Item 3	0,676	0,361	Valid
	Item 4	0,666	0,361	Valid
Kepercayaan (X_3)	Item 1	0,740	0,361	Valid
	Item 2	0,741	0,361	Valid
	Item 3	0,729	0,361	Valid
	Item 4	0793	0,361	Valid
Minat (Y)	Item 1	0,724	0,361	Valid
	Item 2	0,803	0,361	Valid
	Item 3	0,756	0,361	Valid

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan data pada tabel 4.1 uji validitas di atas, secara bersama-sama dari seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid, karena semua item pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,361). Sehingga dengan demikian tidak ada sama sekali item pertanyaan dalam kuesioner variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan minat penggunaan yang diubah atau dihilangkan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur, seberapa jauh alat ukur yang dapat menghasilkan hasil yang diukur lebih sama ketika diterapkan pada sampel

yang sama.¹¹ Reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan koefisien *cronbach's Alpha* jika nilai *cronbach's Alpha* > 0,60 maka pertanyaan dapat dikatakan reliable. Hasil uji reliabelitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat (X_1)	4 Item	0,783	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X_2)	4 Item	0,715	Reliabel
Kepercayaan (X_3)	4 Item	0,740	Reliabel
Minat (Y)	3 Item	0,617	Reliabel

Sumber: Olah data SPSS

Dari tabel 4.2 dapat kita ketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,783, variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,715, variabel kepercayaan 0,740, dan variabel minat penggunaan sebesar 0,617. Dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel instrumen penelitian ini reliable.

C. Analisis Deskriptif Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 95 responden, dimana yang menjadi responden merupakan nasabah di Bank BMI KCP Madiun. Dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti

¹¹ Sufren, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, (Jakarta: PT Elek Media Kamputindo, 2013), 55

meliputi umur, pekerjaan, dan jenis kelamin. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan umur nasabah

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Menurut Umur

No	Umur	Jumlah	Presentase
1.	< 20 Tahun	15	15,79%
2.	21-30 Tahun	33	34,74%
3.	31-40 Tahun	36	37,89%
4.	> 40 Tahun	11	11,58%
Jumlah		95	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa total responden sebanyak 95 yang diteliti. Sejumlah 15 responden dengan persentase 15,78% berusia kurang dari 20 tahun, sebanyak 33 responden dengan presentase 34,73% berusia sekitar 21 sampai 30 tahun, sebanyak 36 responden dengan persentase 37,98% sekitar berusia 31 sampai 40 tahun dan sisanya sebanyak 11 responden dengan persentase 11,57% berusia lebih dari 40 tahun. Dengan demikian responden terbanyak berusia sekitar 31 sampai 40 tahun.

2. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin nasabah

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin Nasabah

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	44	46,31%
2.	Perempuan	51	53,69%
Jumlah		95	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa total 95 responden yang diteliti. Sejumlah 44 responden dengan persentase 46,31% merupakan laki-laki dan 51 responden dengan persentase 53,69% merupakan perempuan, dengan demikian responden terbanyak adalah perempuan.

3. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.5

Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar	32	33,69%
2.	Guru	37	38,94%
3.	Wiraswasta	16	18,85%
4.	Lain-Lain	10	10,52%
Jumlah		95	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan data Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa pekerjaan nasabah yang diambil sebanyak 95 responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai guru yang berjumlah 37 orang dengan persentase 38,94% , pelajar atau mahasiswa berjumlah 32 orang dengan persentase

33,69%, wiraswasta sebanyak 10 orang dengan persentase 18,85%, dan lain-lainnya sebanyak 10 orang dengan persentase 10,52%.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji statistic untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Sebelum melakukan analisis harus dilakukan terlebih dahulu pengujian beberapa asumsi klasik sebagai berikut.¹²

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melihat uji *Kolmogorov Smirnov* yang diolah menggunakan IBM SPSS statistic 25. Uji *Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk melihat apakah suatu data dapat dikatakan normal atau tidak, dengan asumsi, apabila nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ maka distribusi datanya dikatakan normal.

¹² Andang Sunarto, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 115

Tabel 4.6
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97128164
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.070
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 4.6 uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Kolmogorov Smirnov*, nilai signifikan sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Multikolinieritas adalah keadaan dimana suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinieritas.¹³ Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas ada 2 yaitu melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF

¹³ Imam Ghozali, *Op. Cit*, 225

(*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang sedang di uji. Kebalikannya jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka artinya terjadi multikolinieritas. Dan jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas, begitupun sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.7
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.803	.932		.861	.391		
	Manfaat.1	.069	.078	.089	.882	.380	.538	1.858
	Kemudahan.2	.288	.078	.355	3.698	.000	.596	1.679
	Kepercayaan.3	.309	.076	.384	4.065	.000	.616	1.623

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Olah Data SPSS

Dari tabel 4.7 hasil dari pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,538 dengan nilai VIF 1,858, persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,596 dengan nilai VIF 1,679, kepercayaan sebesar 0,616 dengan nilai VIF 1,623. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel-variabel tersebut diperoleh lebih dari 0,1. Dan hasil dari nilai VIF pada

masing-masing variabel tersebut adalah kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dasar dalam pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikansi variabel independen diperoleh $> \alpha = 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan juga sebaliknya.

Tabel 4.8
Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Manfaat .1	Kemudah an.2	Kepercay aan.3	harga_m utlak_resi dual
Spearman' s rho	Manfaat.1	Correlation Coefficient	1.000	.545**	.503**	.090
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.387
		N	95	95	95	95
	Kemudahan.2	Correlation Coefficient	.545**	1.000	.392**	-.073
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.485
		N	95	95	95	95
	Kepercayaan.3	Correlation Coefficient	.503**	.392**	1.000	-.073
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.479
		N	95	95	95	95
	harga_mutlak_r esidual	Correlation Coefficient	.090	-.073	-.073	1.000
		Sig. (2-tailed)	.387	.485	.479	.
		N	95	95	95	95

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

Sumber: Olah Data SPSS

Dari tabel 4.8 pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan *Rank Spearman* menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki nilai signifikansi 0,387, persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai

signifikansi sebesar 0,485, dan kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,479. Dapat dinyatakan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Metode uji autokorelasi sering digunakan dengan *Durbin Watson* (uji DW). Jika $DU < dw < 4-du$ maka tidak terjadi korelasi antar residual.

Tabel 4.9
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.501	.484	.987	2.198
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan.3, Kemudahan.2, Manfaat.1					
b. Dependent Variable: Minat					

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.9 nilai du pada distribusi tabel *Durbin Watson* berdasarkan k yaitu jumlah variabel sebanyak 3 dan N yaitu jumlah responden sebanyak 95 nasabah dengan nilai signifikansi 0,05.

Dihasilkan nilai $du = 1,7316$ dan $4 - du = 4 - 1,7316 = 2,2684$. Karena nilai $du < dw < 4 - du$ ($1,7316 < 2,198 < 2,2684$) sehingga tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi terpenuhi.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, karena bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi.¹⁴

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.803	.932		.861	.391		
	Manfaat	.069	.078	.089	.882	.380	.538	1.858
	Kemudahan	.288	.078	.355	3.698	.000	.596	1.679
	Kepercayaan	.309	.076	.384	4.065	.000	.616	1.623

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.10 diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda untuk persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun sebagai berikut.

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

$$Y = 0,803 + 0,069 X_1 + 0,288 X_2 + 0,309 X_3 + e$$

Maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,803 menyatakan bahwa apabila variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 277

kepercayaan nilainya 0, maka minat nasabah meningkat sebesar 0,803.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat 0,069 menyatakan jika persepsi manfaat dinaikkan sebesar satu satuan maka minat nasabah juga meningkat sebanyak 0,069 asalkan variabel lain konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan penggunaan 0,288 menyatakan jika persepsi kemudahan penggunaan dinaikkan sebesar satu satuan maka minat nasabah juga meningkat sebanyak 0,288 asalkan variabel lain konstan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan 0,309 menyatakan jika persepsi kepercayaan dinaikkan sebesar satu satuan maka minat nasabah juga meningkat sebanyak 0,309 asalkan variabel lain konstan.

b. Uji t

Uji t merupakan koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).¹⁵ Adapun beberapa hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh persepsi manfaat (X_1) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) di BMI KCP Madiun.

¹⁵ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 116

Ha1 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho1 : Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui nilai $t_{\text{statistik}} X_1$ terhadap Y adalah 0,882 lebih kecil dari $t_{\text{tabel}} 1,986$ dengan nilai signifikansi $0,380 > 0,05$ maka dapat disimpulkan Ha1 ditolak dan Ho1 diterima yang artinya variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

2) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X_2) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) di BMI KCP Madiun.

Ha2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho2 : Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun.

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui nilai $t_{\text{statistik}} X_2$ terhadap Y adalah 3,698 lebih besar dari $t_{\text{tabel}} 1,986$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan Ha2 diterima dan Ho2 ditolak yang artinya variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

3) Pengaruh kepercayaan (X_3) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) di BMI KCP Madiun.

Ha3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho3 : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui nilai $t_{\text{statistik}} X_3$ terhadap Y adalah 4,065 lebih besar dari $t_{\text{tabel}} 1,986$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan Ha3 diterima dan Ho3 ditolak yang artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (variabel bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).¹⁶ Dengan hipotesis yang diajukan yaitu:

Ha4: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

¹⁶ Imam Ghozali, *Op. Cit*, 98.

Ho4: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

Tabel 4.11
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.858	3	29.619	30.395	.000 ^b
	Residual	88.678	91	.974		
	Total	177.537	94			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat						

Sumber: Olat Data SPSS

Berdasarkan output dari Tabel 4.11 diketahui nilai signifikansi X_1 , X_2 , X_3 adalah 0,000, F_{tabel} adalah sebesar 3,098 dan F_{hitung} sebesar 30,395. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan sig uji $f < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak yang artinya bahwa semua variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinannya adalah antara nol hingga satu.¹⁷

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.501	.484	.987	2.198
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat					
b. Dependent Variable: Minat					

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan output Tabel 4.12 menjelaskan bahwa ada korelasi yang kuat antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN dengan nilai R yaitu 0,707 dalam regresi linier berganda sebesar 70,7%. Kemudian diketahui bahwa persentase pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yang disebut koefisien determinan (*R Square*) sebesar 0,501 dimana diartikan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 50,1% sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model. Pada hasil penelitian ini bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

¹⁷ Ibid, 97

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan penggunaan (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun (Y). Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dipaparkan, didapatkan t_{hitung} $0,882 < t_{tabel}$ $1,986$. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap variabel minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun. Sehingga variabel persepsi manfaat bukan merupakan faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah. Dengan ini, kemudian dapat dinyatakan bahwa H_a ditolak H_0 diterima.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, nasabah belum sepenuhnya mengetahui manfaat dari penggunaan Muamalat DIN, sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan Muamalat DIN. Penemuan ini konsisten dengan penelitian Zuliani dan Ayu Purwati yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* yang mengatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* dikarenakan nasabah masih merasa *mobile banking* tidak

menambah produktifitas dalam pekerjaan mereka, sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan *mobile banking*.¹⁸ Dengan penelitian milik Nuraini Cganiago dan Reviana Rahma yaitu determinan yang mempengaruhi nasabah Bank Syariah Indonesia dalam penggunaan *internet banking* yang mengatakan bahwa persepsi manfaat tidak terbukti berpengaruh signifikan minat penggunaan *internet banking* dikarenakan dilihat dari keseluruhan *internet banking* bank syariah maupun bank konvensional memiliki manfaat yang sama dengan beberapa fitur yang dimiliki di dalamnya sehingga penilaian nasabah tidak lagi berpatok pada manfaat melainkan apakah program *internet banking* dapat dipercaya atau cukupkah memberikan kemudahan bagi pengguna terutama pada masa sekarang yang mana nasabah ingin lebih efisien memperoleh sesuatu tanpa harus memiliki kekuatiran terhadap resiko-resiko yang didapatkan ketika transaksi secara *online*.¹⁹ Dengan penelitian Jhon Fernos dan Alfadino yaitu pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru Dharmasraya, yang mengatakan persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan dengan alasan karena banyak nasabah yang tidak mengetahui produk *mobile banking* ini sehingga nasabah tidak tahu manfaat dari produk tersebut guna bertransaksi lebih

¹⁸ Zuliani Zuliani dan Nisa Ayu Purwati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah," *Serambi Konstruktivis* 3, No. 4 (31 Desember 2021): 246.

¹⁹ Chaniago dan Sari, "Determinan Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Penggunaan *Internet Banking*," 107.

cepat serta bisa dilakukan dimanapun.²⁰ Serta beberapa penelitian terdahulu lainnya yang diperkuat dengan teori Davis bahwa variabel manfaat berpengaruh negatif terhadap minat nasabah, karena kemungkinan para nasabah tidak mengoptimalkan daya guna atau pemanfaatan dari suatu sistem teknologi informasi yang ada. Selain itu, kemungkinan terjadi karena nasabah menggunakan sistem tersebut hanya sekedar mengikuti *trend* tanpa melihat kemanfaatan yang bisa diperoleh.

2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

Berdasarkan hasil uji t statistic untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan X_2 terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) sebesar 3,698 lebih besar dari t_{tabel} 1,986 dengan sig $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 . Artinya terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Dari analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun, hal ini sesuai dengan teori Davis 1989 bahwa salah satu faktor internal yang mempengaruhi minat penggunaan yaitu persepsi kemudahan. Dari definisinya, diketahui bahwa konstruk kemudahan ini merupakan suatu kepercayaan tentang pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa

²⁰ Fernos dan Alfadino, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru, Dharmasraya," 122.

percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.²¹

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Wahyu Nur Syahril dkk yaitu penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam analisis minat perilaku pengguna *e-money* pada mahasiswa Universitas Telkom, yang memiliki persamaan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.²² Selaras dengan penelitian Syarief Dienan dan Harry Yulianto yaitu pengujian *technology acceptance model* pada *mobile banking* sebagai determinan performa UMKM di Kota Makasar, yang memiliki persamaan terhadap persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap performa UMKM di Kota Makasar.²³ Namun berbeda dengan penelitian Yeni Oktapiani yaitu analisis minat penggunaan aplikasi *brimo* dengan pendekatan *technology acceptance model* (TAM), yang memiliki perbedaan bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi *brimo*.²⁴

²¹ Davis "Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology."

²² Syahril dan Rikumahu, "Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Telkon," 201.

²³ Syarief Dienan Yahya dan Harry Yulianto, "Pengujian *Technology Acceptance Model* Pada *Mobile Banking* Sebagai Determinan Performa UMKM Di Kota Makasar," *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 8, No. 3 (31 Juli 2019): 258,

²⁴ Oktapiani, Rosario, dan Nehemia, "Analisis Minat Penggunaan Aplikasi *Brimo* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), 257"

Hasil pengujian statistic secara parsial antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah menyatakan bahwa memiliki hasil yang positif. Dikarenakan semakin tinggi kemudahan penggunaan suatu teknologi , maka semakin besar pula minat seseorang dalam menggunakannya. Kemudahan penggunaan transaksi dalam layanan Muamalat DIN dapat memudahkan nasabah bertransaksi perbankan seperti melakukan transfer sesama bank ataupun transfer ke bank lain, dimana transaksi Muamalat DIN dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun sehingga nasabah tidak perlu biaya lebih untuk datang ke bank langsung untuk bertransaksi.

3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kepercayaan X_3 terhadap minat menggunakan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun (Y) t_{hitung} sebesar 4,065 lebih besar dari t_{tabel} 1,986 dengan sig 0,000 < 0,05 sehingga H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun, hal ini sesuai dengan teori *technology acceptance model* (TAM) diadaptasi dari Lee dan Turban 2001 pengujian modifikasi model TAM dengan menambahkan variabel *trust* (kepercayaan), bahwa

pengaruh dari faktor-faktor hasil penerimaan teknologi dipengaruhi oleh kepercayaan tentang teknologi yang digunakan.²⁵

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrian dan Endang yaitu pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan dan penggunaan SMS *banking*, yang memiliki persamaan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan SMS *banking*.²⁶ Sama halnya dengan penelitian Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad yaitu pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking Bank BTN, yang memiliki persamaan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank BTN.²⁷ Namun berbeda dengan penelitian milik Ruslinda Agustina dkk yaitu pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan, resiko dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin, yang memiliki hasil bahwa variabel kepercayaan berpengaruh negatif pada minat menggunakan layanan internet banking.²⁸

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh pada minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun.

²⁵ *Technology Adoption A Conceptual Framework*, 34.

²⁶ Rahmad dan Astuti, "Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas)," 41.

²⁷ Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN," *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol. 3, No. 2 (26 Februari 2020): 92.

²⁸ Agustina, Afriana, dan Safrina, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin," 265.

Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap suatu bank maka dapat menjadi pertimbangan nasabah untuk memutuskan menggunakan suatu teknologi. Maka dapat disimpulkan banyak nasabah yang mulai memahami resiko keamanan dan kerahasiaan dari Muamalat DIN. Nasabah beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan dari teknologi informasi Muamalat DIN.

4. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara simultan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun.

Berdasarkan uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 30,395 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan untuk F_{tabel} 3,098 maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang artinya hipotesis H_{a4} di terima sehingga secara simultan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN berpengaruh positif pada nasabah BMI KCP Madiun.

Dari analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun. Konsisten dengan penelitian Bella Maharani dengan judul pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* BNI (studi kasus BNI KCU Jakarta Pusat) yang memiliki kesamaan bahwa persepsi manfaat,

persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan teknologi.²⁹



²⁹ Bella Maharani, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat)," *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 1, No. 1 2020.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, mengenai pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi manfaat tidak berpengaruh pada minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 0,882 < t_{tabel} 1,986$ dengan nilai sig $0,380 > 0,05$. Sehingga H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi manfaat pada minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 3,698 > t_{tabel} 1,986$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} 4,065 > t_{tabel} 1,986$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan

kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

4. Secara simultan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} $30,395 > F_{tabel}$ $3,098$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga H_04 ditolak dan H_a4 diterima artinya persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

B. Saran

Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih baik lagi dengan adanya beberapa masukan mengenai hal diantaranya:

1. Diharapkan Bank BMI dapat memberikan edukasi kepada nasabah agar nasabah dapat lebih memahami kembali terkait fitur-fitur yang ada dalam Muamalat DIN sehingga nasabah pun dapat mengoptimalkan manfaat dari penggunaan Muamalat DIN.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dengan penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih lanjut berkaitan dengan penggunaan teknologi perbankan pada bank syariah dengan mengambil responden dari nasabah bank lain dengan jumlah dan populasi yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Ruslinda, Rizki Amalia Afriana, dan Arisa Safrina, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin," *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.11, No. 2 (30 September 2018)
- Ahmed M. Mutahar dkk., "*Perceived Value As A Moderator Variable In Mobile Banking Context: An Extension Of Technology Acceptance Model (TAM)*," *International Journal of Management and Human Science (IJMHS)* 2, no. 1 (2 Januari 2018).
- Amro Al-Madadha dkk., "*Adoption of Telecommuting in the Banking Industry: A Technology Acceptance Model Approach*," *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management* Vol.17 (2022)
- Andreuw K. Pantow, dkk., "Penerimaan Mahasiswa Akuntansi atas Aplikasi *Myob Accounting* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*," *Jurnal Riset dan Akuntansi*, Vol. 5, No, 1, (2021)
- Anshori, Abdul Ghofur, *Perbankan Syariah di Indonesia* (UGM Press, 2018)
- Al-Gharaibah, Owais Barkat, "*Predictors Of E-Banking Service Adoption in Malaysia Using an Extended Technology Acceptance Model*," *International Journal Of Contemporary Management and Information Technolgy*, Vol. 1, No1 (2020)
- Basuki, Tri dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017)
- Chaniago, Nuraini dan Reviana Rahma Sari, "Determinan Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Penggunaan *Internet Banking*," *Jurnal Ekonomi Digital* Vol.1, No. 2 (2022)
- Davis, "*Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology*," (t.tp: MIS quarterly, 1989)
- Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002)
- Fernos, Jhon dan Mairizal Alfadino, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru, Dharmasraya," *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* Vol. 16, No. 2 (27 Juli 2021)
- Fitrian, Hanik, "Kontribusi Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Syariah dengan Situs *Peer to Peer* Landing pada Pertanian di Indonesia)," *EL-BARKA: Journal Of Islamic Economicd and Business* Vol. 1, No. 1 (2018)

- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013)
- Harmiar Hasan, "Implementasi *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Profibilitas Bank Muamalat KCP Parepare," *Skripsi* (Parepare: IAIN Parepare, 2021)
- Uswatun Hasanah dkk., "Penggunaan *Digital Payment* Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Layanan Syariah LinkAja," *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, Vol.10, No.1 (25 Mei 2021).
- Pertumbuhan Transaksi Internet Banking RI Belum Sekuat Negara Tetangga |Databoksdiakses15februari2023,<https://databoks.katadata.co.id/search/cse/2022/11/15> pertumbuhan-transaksi-internet-banking-belum-sekuat-negara-tetangga.
<https://www.bankmuamalat.co.id/banking/e-banking/muamalat-din-digital-islamic-network>
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI) Dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta Pusat : PT.Gramdeia Pustaka Utama, 2014)
- Intan Ika Putri Heryani, "Megawati Simanjuntak, dan Agus Maulana, "Perilaku Penggunaan *Internet Banking* Sebagai Alat Transaksi Finansial," *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)* Vol.6, No. 1 (2020)
- Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011)
- Jafar, Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009)
- Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011)
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007)
- Kusumawati, Rafi Irbah dan Brady Rikumahu, "Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Analisis Niat Perilaku Penggunaan *Internet Banking* pada Mahasiswa Universitas Telkom," *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3, No. 2 (2019)
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- Lim, Ronny dan Lady, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Batam," *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* Vol. 5, No. 1 (25 Januari 2022)
- Lintasarta (Premium Connection), *Era Transformasi Digital*, (Jakarta : Media Service Bisnis Indonesia, 2016)
- Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh dan Darwanto, "Analisis Penggunaan *Mobile Banking* pada Generasi Milenial dengan Pendekatan *Technology*

- Acceptance Model (TAM),” Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.5, No. 02 (6 Oktober 2021)
- Maharani, Bella “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BNI (Studi Kasus BNI KCU Jakarta Pusat),” *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 1, No. 1 2020
- Marija Vuković, Snježana Pivac, dan Duje Kundred, “*Technology Acceptance Model for the Internet Banking Acceptance in Split,*” *Business Systems Research Journal* Vol.10, No. 2 (1 September 2019)
- Melanie, dan M. Taufiq, "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* Di Surabaya", *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen* Vol. 3, No.1, (2020)
- Muzurura, Joe dan Farai Chigora, “*Consumers’ Behavioural Intention to Adopt Mobile Banking in Rural Sub-Saharan Africa Using an Extension of Technology Acceptance Model: Lessons from Zimbabwe,*” *International Journal of Business, Economics and Management* Vol.6, No.6, (2019)
- M Lee, *Factors Inflencing The Adoption Of Internet Banking : An Integration Of TAM adn TPB With Perceived Riks Perceived Benevit* (Electronic Commerce Researc And Application 8, 2009)
- Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
- Nurastuti, Wiji, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Syariah
- Pratama, Adi, dkk, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Empris Pada Nasabah Perbankan Konvesional di Kota Palu), *Jurnal Akuntansi Netral Akuntabel, Objektif*, Vol. 2, No. 1(2019)
- Pratiwi, Ira E., Fachrudin F.A., dan Yuyun R., “Determinan Penggunaan *Digital Banking* Pada Generasi Milenial Muslim: Pendektan *Technogy Acceptance Model* (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia), *Jurnal Ilmiah Islam* Vol. 6, No.3 (2020)
- Priyastama, Romi *The Book of SPSS: Analisis & Pengolahan Data* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020)
- Purwanto, Edi, “*Techanologi Adoption A Conceptual Framework,*” (Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020)
- Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004)
- Rozi, Fahrul dan Muhammad Ziyad, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap

- Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN,” *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol. 3, No. 2 (26 Februari 2020)
- Saladin, Djaslim, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2* (Bandung: Mandar Maju, 1996)
- Syahril, Wahyuni Nur dan Brady Rikumahu, “Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Telkom,” *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3, No. 2 (4 Maret 2019)
- Syifa dan Popon Srisusilawati, “Analisis Faktor Lingkungan Masyarakat Pada Pemahaman Digital Bank S,” *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, Vol.1, No.2, (2022)
- Sufren, *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*, (Jakarta: PT Elek Media Kamputindo, 2013)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)
- Sunarto, Andang, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017)
- Sunarto, Ridwan, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Teguh, Muhammad, *Metodologi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005)
- Yahya, Syarif Dienan dan Harry Yulianto, “Pengujian *Technology Acceptance Model* Pada *Mobile Banking* Sebagai Determinan Peforma UMKM Di Kota Makasar,” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 8, No. 3 (31 Juli 2019)
- Yeni Oktapiani, Maria Rosario, dan Afrizal Nehemia, “Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi* Vol.2, No. 3 (12 September 2020)
- Yudin, Ahmad, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya, *Skripsi*, (Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2021).
- Yudin, Djaslim, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, cet. Ke-2* (Bandung: Mandar Maju, 1996),
- Wardani, Dewi Kusuma, dkk, “Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Kemudahan pada Minat Membayar PBB Menggunakan *Go-pay* dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Of Research in Business and Economics*, Vol.3, No, 1, (2020)

Wawancara, (3 Februari 2023)

WWW.OJK.go.id, (5 Januari 2023)

Zuliani dan Nisa Ayu Purwati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah,” *Serambi Konstruktivis* Vol. 3, No. 4 (2021)



