

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BANK DIGITAL
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)**

SKRIPSI



Oleh:
Ika Damayanti
NIM: 201105010016

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM
JUNI 2024**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BANK DIGITAL
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:

Ika Damayanti
NIM: 201105010016

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM
JUNI 2024**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BANK DIGITAL
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai
Haji Achmad Siddiq Jember)**

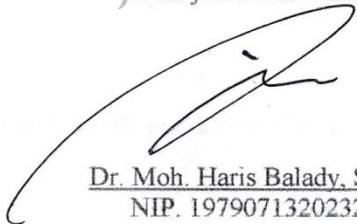
SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

JEMBER
Disetujui Dosen Pembimbing


Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M.
NIP. 197907132023211007

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN BANK DIGITAL
(STUDI KASUS PADA NASABAH BANK DIGITAL MAHASISWA UIN
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu Persyaratan
memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Senin

Tanggal : 03 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA.
NIP. 198809232019032003


Zulfa Ahmad Kurniawan, M.E.
NIP. 199408042020121004

Anggota :

1. Dr. H. Abdal Wadud Nafis, Lc, M.E.I. ()
2. Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M. ()

J E M B E R

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا

عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. *



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Al Hujurat Ayat 6

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada orang-orang terkasih yaitu:

1. Teruntuk orang tua saya Ibu Ani dan Ayah Erpan, terima kasih sudah menjadi orang tua yang baik, terima kasih sudah memberi kesempatan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi, terima kasih atas dukungan moral dan materi serta segala doa baik yang engkau panjatkan.
2. Teruntuk semua anggota keluarga besar dari ibu dan ayah serta adik-adik saya Adinata dan Bagas, terima kasih karena selalu mendukung, mendoakan kebaikan dan keberhasilan saya hingga saat ini.
3. Teruntuk Bu Tris sekeluarga, terima kasih sudah menjadi orang paling baik di tanah perantauan ini, kebaikan dan kedermawanan engkau membawa saya bisa memperoleh gelar sarjana ini.
4. Teruntuk teman-teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah yang selalu saling support dan berproses bersama belajar di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Teruntuk Almamater Fakultas dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga dengan usaha, doa dan kerja keras Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember). Serta tidak lupa pula Shalawat beserta salam selalu Penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah banyak memberikan ajaran kebaikan kepada seluruh umat muslim.

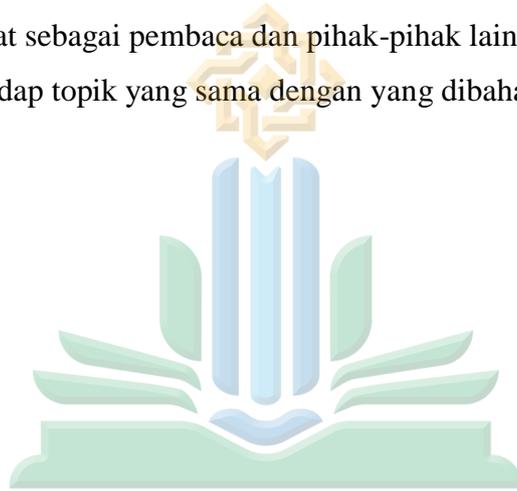
Keberhasilan ini bisa diperoleh Penulis karena kerjasama serta support banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Ana Pratiwi, S.E., A.K., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M., CHRP., CCGS selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah memberikan bimbingan, nasehat, serta dukungan terkait akademik
7. Dr. Moh. Haris Balady, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan berbagai pelajaran dan bimbingan dalam pengerjaan skripsi ini selama program perkuliahan S1.

8. Segenap Dosen dan Staf di lingkungan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama dibangku perkuliahan.

Penulis sangat menyadari banyaknya kekurangan dalam skripsi ini sehingga berharap para pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang dapat membangun.

Penulis berharap dengan tulus agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi sumber pembelajaran khususnya bagi penulis secara pribadi, kepada masyarakat sebagai pembaca dan pihak-pihak lain yang mungkin memiliki ketertarikan terhadap topik yang sama dengan yang dibahas dalam skripsi ini.



Jember, Mei 2024
Peneliti

Ika Damayanti
NIM: 201105010016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Ika Damayanti, 2024: Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Keputusan Menggunakan, dan Bank Digital

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kian cepat, hal ini berdampak pada lembaga perbankan. Sebagai lembaga yang mempunyai tugas untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat, perbankan harus mengikuti perkembangan teknologi agar loyalitas nasabah tetap terjaga. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi dalam perbankan adalah adanya bank digital dimana layanan dari bank digital ini dilakukan secara online. Mengadopsi teori TAM bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan bank digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital? 2) Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital? 3) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital? 4) Apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan bank digital, 2) Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital, 3) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital, 4) Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan cara yang dirumuskan oleh Lemeshow. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) persepsi kemudahan penggunaan (X_1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital. 2) Persepsi manfaat (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital. 3) Kepercayaan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital 4) Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian.....	22
H. Hipotesis.....	23
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	28
B. Kajian Teori	42
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	42
2. <i>Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)</i>	44
3. <i>Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness)</i>	45

4. Kepercayaan.....	46
5. Keputusan Menggunakan.....	47
6. Bank Digital	50
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Populasi dan Sampel	52
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	54
D. Analisis Data	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Gambaran Obyek Penelitian	63
B. Penyajian Data	70
C. Analisis dan Pengajuan Hipotesis	74
D. Pembahasan.....	99
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian	
3. Kuesioner Penelitian	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
6. Jurnal Kegiatan Penelitian	
7. Dokumentasi Penelitian	
8. Data Responden	
9. Hasil Perhitungan SPSS	
10. Surat Keterangan Screening Turnitin 25%	
11. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	
12. Biodata	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indikator Variabel	13
Tabel 1. 2 Definisi Operasional.....	19
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Tingkat Penilaian dan Jawaban	56
Tabel 4. 1 Data Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 2 Data Reponden Berdasarkan Fakultas.....	72
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Bank Digital yang Digunakan.....	73
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)..	75
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X_2).....	76
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_3)	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan (Y).....	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_2	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_3	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik One Sample Kolmogorov Smirnov.....	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji Grafik Normal Probability Plot	84
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji Grafik Scatterplot	88
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik Glejser.....	88
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis dengan Uji T (Parsial).....	90
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis dengan Uji F (Simultan)	95
Tabel 4. 19 Analisis Regresi Linear Berganda.....	96
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Proyeksi Pengguna Bank Digital.....	4
Gambar 1. 4 Alasan Responden Menggunakan Bank Digital	5
Gambar 1.5 Kerangka Penelitian	23
Gambar 2. 1 Konsep TAM.....	43
Gambar 4. 1 Logo SeaBank	63
Gambar 4. 2 Tampilan SeaBank	63
Gambar 4. 3 Logo Allo Bank.....	65
Gambar 4. 4 Tampilan Allo Bank.....	65
Gambar 4. 5 Logo Bank Jago.....	67
Gambar 4. 6 Tampilan Bank Jago.....	68



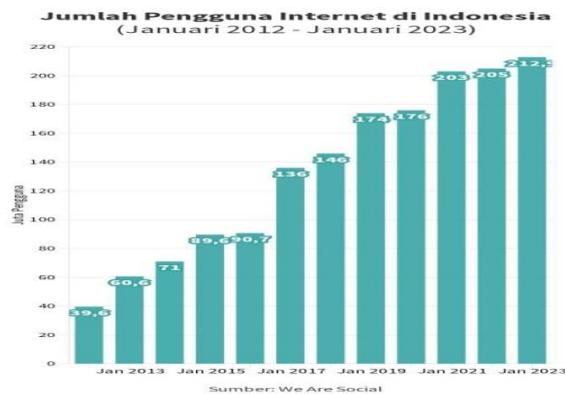
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi berkembang kian cepat, sebagai manusia yang hidup di era digital seperti sekarang harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Tidak bisa dipungkiri, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat kehidupan manusia lebih mudah. Perkembangan teknologi di Indonesia ditandai dengan peningkatan pengguna internet dan pertumbuhan pengguna *smartphone*. Pengguna internet di Indonesia terus meningkat dikarenakan akses jaringan mudah dan harga paket data terjangkau. Hal ini membuat masyarakat semakin mudah terhubung dengan internet untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi dan berbelanja secara *online*. Semakin canggih teknologi dan terjangkau harganya, mendorong pertumbuhan pengguna *smartphone* di Indonesia yang memungkinkan banyak orang dengan mudah mengakses aplikasi dan layanan digital. Seperti perbankan digital, aplikasi streaming, *e-commerce*, dll.



Gambar 1. 1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Berdasarkan data dari We Are Social, pada Januari 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta orang yang artinya sekitar 77% dari populasi Indonesia sudah menggunakan internet. Pada Januari 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta. Hal ini berarti terjadi peningkatan pengguna internet sekitar 3,85% dibanding tahun lalu.¹

Pemanfaatan internet tidak hanya dalam bidang komunikasi melainkan juga dalam bidang ekonomi. Dampak dalam bidang ekonomi diantaranya yaitu transaksi berbasis *online*. Kecanggihan *smartphone* dan persebaran jaringan internet yang semakin luas melahirkan pembaruan aplikasi dan fitur-fitur yang semakin nyaman dan aman untuk digunakan. Sekarang ini jual beli, transaksi, pembayaran bisa dilakukan secara online melalui *smartphone* yang terkoneksi dengan jaringan internet. Kecanggihan teknologi seperti ini membuat pekerjaan manusia lebih mudah dan efisien karena bisa dilakukan kapan dan dimana saja. Begitupun dengan industri perbankan di Indonesia, sebagai lembaga yang menyediakan layanan jasa keuangan dituntut harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada, jika tidak bank akan berisiko akan kehilangan sebagian nasabahnya. Oleh karena itu perbankan harus terus

¹ Monavia Ayu Rizaty. "Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023", <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>. Diakses pada 9 Oktober 2023

melakukan inovasi teknologi dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah, misalnya yaitu digitalisasi perbankan.²



Gambar 1. 2
Pertumbuhan Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik atau *e-money* di dalam negeri mencapai Rp37,46 triliun. Jika dilihat lima tahun ke belakang, pada April 2023 nilai transaksi belanja menggunakan *e-money* tumbuh 1.017% hampir 1.111 kali lipat dibanding April 2018. Menurut data dari BI, pada April 2023 ada 744,59 juta unit kartu atau instrumen *e-money* yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, sekitar 93,79 juta unit berbasis *chip* dan 650,8 juta unit berbasis server.³

² Siti Masrohatin, Hafiz Wahyu Ananda, Rizca Laila Amalin, dkk. “Transformasi Digital Branch dalam Upaya Peningkatan Layanan Di Era Society 5.0 Pada Bank Mandiri Jember”, *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah*, Vol.3, No.1 (Mei 2023), 412 DOI: <https://doi.org/10.37598/jeips.v3i1.1761>

³ Adi Ahdiat, “Tren Belanja Pakai Uang Elektronik Tumbuh 1.000% dalam 5 Tahun Terakhir” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/tren-belanja-pakai-uang-elektronik-tumbuh-1000-dalam-5-tahun-terakhir> diakses pada tanggal 9 Oktober 2023

Transaksi *online* atau biasa disebut dengan metode *cashless* semakin populer dilakukan, perubahan ini juga disebabkan oleh adanya pandemi covid yang semua kegiatan dialihkan menjadi *online*, khususnya lembaga perbankan yang saat ini semakin banyak menyediakan layanan berbasis *online*. Tidak hanya sebagai penyedia aplikasi dan *website* untuk bertransaksi saja, wujud dari digitalisasi perbankan bisa dilihat dari layanan yang bisa dilakukan secara *online* seperti pembukaan rekening yang dapat dilakukan mandiri dari rumah, setor dan tarik tunai tanpa datang ke bank, dll. Hadirnya *digital banking* menjadi solusi terhadap permasalahan perbankan yang cukup menyita waktu. Dengan melakukan digitalisasi, industri perbankan sudah melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan.

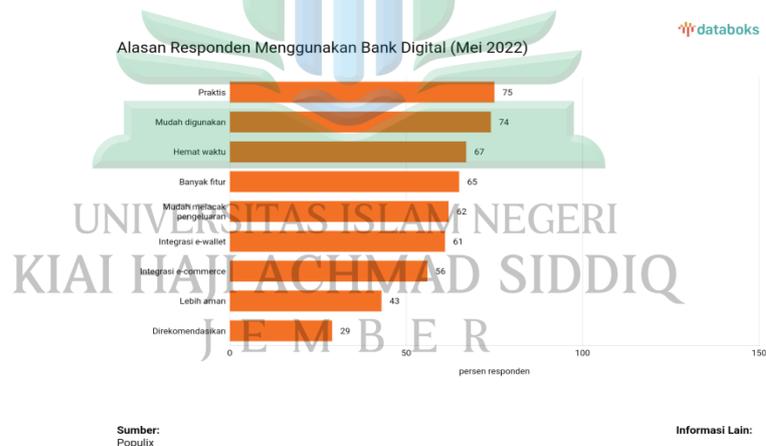


Gambar 1. 3
Proyeksi Pengguna Bank Digital

Survei dari Finder.com menemukan jumlah pemilik rekening bank digital di Indonesia mencapai 47,7 juta pada 2021. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan tingkat pengguna bank digital terbesar kedua di dunia. Sementara menurut Personal Financial Services Report

McKinsey di tahun yang sama, 78% pelanggan Indonesia aktif menggunakan bank digital dalam keseharian, naik dari 57% pada 2017. Selain itu, 47% responden tertarik untuk memindahkan rekening ke bank digital karena kemudahan yang ditawarkan⁴

Saat ini bank digital sudah banyak bermunculan di Indonesia. Salah satunya yaitu Bank Jago yang merupakan bank digital hasil dari kolaborasi berbagai perusahaan di Indonesia diantaranya yaitu PT Metamorfosis Ekosistem Indonesia, PT Dompot Karya Anak Bangsa, dan PT BIBIT Bersama. Selain itu ada bank digital yang merupakan inovasi dari bank konvensional dalam mengembangkan layanan digital seperti Blu by BCA dan Jenius dari Bank BTPN.



Gambar 1. 4
Alasan Responden Menggunakan Bank Digital

Menurut survei dari Populix yang dilakukan pada 20-25 Mei 2022 mengenai alasan responden menggunakan bank digital, sebanyak 75%

⁴ Ignacio Geordi Oswaldo, "Bank Digital Genjot Layanan, Permudah Nasabah Kelola Keuangan" <https://finance.detik.com/moneter/d-6636309/bank-digital-genjot-layanan-permudah-nasabah-kelola-keuangan> diakses pada tanggal 2 Oktober 2023

responden menilai layanan bank digital praktis, dan sebanyak 74% responden menggunakan bank digital karena layanannya mudah digunakan. Terdapat 67% responden menggunakan bank digital karena merasa hemat waktu, dan 62% responden menganggap bank digital memudahkan nasabah untuk melacak pengeluaran.⁵

Berdasarkan data diatas, alasan pengguna menggunakan aplikasi bank digital sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis F.D. TAM merupakan salah satu teori yang menjelaskan mengapa seseorang menerima jenis teknologi tertentu. Dalam teori TAM menyatakan bahwa sikap individu terhadap suatu teknologi disebabkan oleh dua faktor utama yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (manfaat) dari sistem atau teknologi tersebut. Selain dua faktor utama tersebut, TAM juga mempertimbangkan faktor lain seperti *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga)⁶

Kemudahan dalam penggunaan akan mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan aplikasi bank digital. Semakin mudah teknologi digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi diterima oleh pengguna. Bank digital memudahkan pengguna dalam

⁵ Reza Pahlevi, :Apa Alasan Konsumen Gunakan Bank Digital? Ini Hasil Surveinya” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/apa-alasan-konsumen-gunakan-bank-digital-ini-hasil-surveinya> diakses pada tanggal 12 Maret 2024

⁶ Soetam Rizky Wicaksono, Teori Dasar Technology Acceptance Model (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022), 33

layanan perbankan seperti pembukaan rekening, transaksi, pembayaran, investasi, dll. Semua bisa dilakukan secara *online* dimana saja dan kapan saja hanya menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet. Kemudahan ini dibutuhkan untuk seseorang yang tidak mempunyai waktu lebih untuk antri di bank dan cocok untuk generasi z yang suka dengan sesuatu yang cepat dan instan.

Faktor kedua yang mempengaruhi penerimaan teknologi yaitu adanya manfaat yang diperoleh oleh pengguna. Manfaat yang dimaksud adalah sejauh mana teknologi dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas dan mencapai tujuan penggunaannya. Dalam menggunakan bank digital ada beberapa manfaat yang diperoleh pengguna misalnya banyak promo atau *cashback* yang diterima ketika melakukan transaksi menggunakan bank digital. Selain itu, pada bank digital tidak ada biaya admin bulanan seperti bank konvensional. Bunga tabungan pada bank digital juga cenderung lebih tinggi hingga 5%.

Selain kemudahan penggunaan dan manfaat yang diterima pengguna, ada satu hal yang mendasari pengguna dalam menggunakan aplikasi bank digital yaitu kepercayaan. Kepercayaan seseorang terhadap teknologi akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, yang nantinya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Pengguna percaya bahwa bank digital sudah terdaftar sebagai lembaga keuangan

resmi dan sudah terjamin keamanannya dan pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan.

Bank digital merupakan lembaga perbankan yang memiliki fungsi untuk menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha perbankan melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat. Segala bentuk kegiatan nasabah yang sebelumnya dilakukan pada kantor cabang seperti pembukaan rekening, deposito, cetak rekening koran, pengajuan kredit hingga bantuan *customer service* bisa dilakukan secara *online*.

Kemudahan dan kecepatan menjadi keunggulan dari bank digital, hal ini menjadi alasan bagi nasabah menggunakan bank digital khususnya mahasiswa UIN KH. Achmad Siddiq Jember. Menurut hasil wawancara dari beberapa teman, mereka menggunakan bank digital dikarenakan fitur dan manfaat yang diperoleh sangat banyak, seperti tidak ada biaya admin ketika transfer beda bank, mendapat potongan harga ketika berbelanja di salah satu *e-commerce*, hingga memperoleh bunga tabungan yang cukup tinggi dibandingkan dengan bank konvensional.

Penelitian ini mengadopsi teori *Technology Acceptance Model* (TAM), dimana tujuan dari TAM ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor perilaku pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan pengguna teknologi informasi itu sendiri.⁷ Penelitian dengan mengadopsi teori yang sama dilakukan oleh Wendi, Rulyanti Susi Wardhani, dkk pada

⁷ Rahmi Auliya Akhyar dan Kristina Sisillia, "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 4(4) (2023), 3946. DOI: <https://doi.org/10.37385/msej.v4i4.1653>

tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Manfaat Persepsian, Kemudahan Persepsian, dan Risiko Persepsian Terhadap Niat Penggunaan Kartu ATM/Debit”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa manfaat persepsian dan kemudahan persepsian mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan ATM/Debit. Sedangkan risiko persepsian tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan ATM/Debit.⁸

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Nasya Manfarisa pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi responden untuk menggunakan bank digital syariah. Sedangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak terbukti mempengaruhi responden untuk menggunakan bank digital Syariah.⁹

Berdasarkan fenomena di lapangan dan penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)”.

⁸ Wendi, Rulyanti Susi Wardhani, Julia, dan Ewandy, “Pengaruh Manfaat Persepsian, Kemudahan Persepsian, dan Risiko Persepsian Terhadap Niat Penggunaan Kartu ATM/Debit,” *Journal of Economics and Business (AJEB)* Vol.1 No.1 (Juni 2022), 36

⁹ Nasya Manfarisa, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2022)

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?
4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

D. Manfaat Penelitian

Bagian ini berisi tentang manfaat apa yang bisa diberikan setelah proses penelitian ini dilakukan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu pengetahuan dan informasi yang bermanfaat mengenai bank digital yang ada di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan baru dan wawasan bagi peneliti khususnya tentang materi bank digital

- b. Bagi Instansi Bank Digital

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi instansi bank digital mengenai faktor-faktor yang membuat nasabah menggunakan bank digital serta diharapkan bisa dijadikan sebagai masukan untuk bank digital yang ada di Indonesia agar meningkatkan kualitas produk dan layanannya sehingga bisa bersaing dengan bank konvensional.

c. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi dosen serta mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi berupa buku bacaan di perpustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, dan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai atau sifat dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰

Pada penelitian ini variabel dapat dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)

a. Variabel Independen (X)

Variabel Independen disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Y).¹¹ Pada penelitian ini variabel bebas sebagai berikut:

- 1) Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)
- 2) Persepsi Manfaat (X_2)

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 38

¹¹ Sugiyono, 39

3) Kepercayaan (X_3)

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹² Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah:

1) Keputusan Menggunakan Bank Digital (Y)

2. Indikator Variabel

Indikator variabel adalah rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator empiris ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket atau wawancara atau dokumentasi.¹³

Tabel 1. 1
Indikator Variabel

Judul	Variabel	Indikator
Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)	Kemudahan belajar
		Kemudahan penggunaan
		Ketersediaan dukungan teknis
		Ketersediaan sumber daya ¹⁴
	Persepsi Manfaat (X_2)	Efektivitas teknologi
		Keuntungan teknologi
		Keterkaitan teknologi dengan tugas
	Kepercayaan (X_3)	Relevansi teknologi ¹⁵
		Berintegritas
	Dapat diandalkan	

¹² Sugiyono, hal 39

¹³ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, 39-40

¹⁴ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022). 33-34

¹⁵ Wicaksono, 38-39

Bank Digital		Dapat dipercaya ¹⁶
	Keputusan Menggunakan (Y)	Pengenalan masalah
		Mencari informasi
		Evaluasi alternatif
		Keputusan penggunaan
Perilaku pasca penggunaan		

Sumber: Data diolah peneliti

F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.¹⁷

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. Menurut TAM adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). Selain dua faktor utama tersebut, TAM juga mempertimbangkan faktor lain seperti *social influence* (pengaruh sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), dan *price value* (nilai harga).¹⁸

¹⁶ Bilal Eneizan, Abdallah Alsaad, Abdelbaset Alkhalwaldeh, Hassan N Rawash, dan Odai Enaizan, "E-Wom, Trust, Usefulness, Ease Of Use, and Online Shopping Via Websites: The Moderating Role Of Online Shopping Experience," *Journal of Theoretical AND Applied Information Technology*, Vol. 98 No. 13, 2555-2556

¹⁷ Sugiyono, 40

¹⁸ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model* (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022).

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)

Persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi seorang individu tentang seberapa mudah teknologi itu digunakan. Semakin mudah teknologi digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi diterima oleh pengguna.¹⁹

Variabel persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah persepsi seorang nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tentang seberapa mudah menggunakan bank digital.

Indikator variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan belajar, merupakan persepsi nasabah tentang sejauh mana bank digital mudah dipelajari
- b. Kemudahan penggunaan, merupakan persepsi nasabah tentang sejauh mana bank digital mudah digunakan setelah dipelajari
- c. Ketersediaan dukungan teknis, merupakan persepsi nasabah tentang ketersediaan bantuan teknis ketika nasabah mengalami kesulitan dalam menggunakan bank digital
- d. Ketersediaan sumber daya, merupakan persepsi nasabah tentang ketersediaan sumber daya seperti sistem bank digital, jaringan internet, dll.

¹⁹ Wicaksono, 33.

2. Persepsi Manfaat (X_2)

Persepsi manfaat atau persepsi kegunaan adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas dan mencapai tujuan mereka. *Perceived Usefulness* dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.²⁰

Variabel persepsi manfaat dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember mengenai sejauh mana bank digital dapat membantu dalam melakukan aktivitas keuangan seperti transfer, menabung, investasi, dll.

Indikator variabel persepsi manfaat adalah sebagai berikut:

- a. Efektivitas teknologi, merupakan persepsi nasabah tentang sejauh mana bank digital efektif dalam memenuhi kebutuhan pengguna
- b. Keuntungan teknologi, merupakan persepsi nasabah tentang manfaat yang diperoleh dengan menggunakan bank digital, diantaranya yaitu keuntungan biaya, waktu, dan tenaga
- c. Keterkaitan teknologi dengan tugas, merupakan persepsi nasabah tentang sejauh mana bank digital dapat membantu mereka dalam menyelesaikan tugas-tugas.
- d. Relevansi teknologi, merupakan persepsi nasabah tentang sejauh mana teknologi relevan dengan kebutuhan mereka.

²⁰ Wicaksono, 38.

3. Kepercayaan (X_3)

Kepercayaan individu terhadap teknologi akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, yang pada gilirannya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakannya. Faktor individu seperti pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa, pengetahuan tentang teknologi, sikap terhadap teknologi, persepsi tentang manfaat teknologi, dan keterkaitan teknologi dengan tugas dapat mempengaruhi kepercayaan individu terhadap teknologi.²¹

Variabel kepercayaan dalam penelitian ini adalah dimana nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember percaya akan keamanan, hukum, dan pengawasan mengenai bank digital.

Indikator variabel kepercayaan adalah sebagai berikut:

- a. Berintegritas, merupakan keyakinan seorang nasabah mengenai sistem bank digital dijalankan secara jujur dan aman
- b. Dapat diandalkan, merupakan keyakinan seorang nasabah mengenai bank digital dapat diandalkan dan akan memenuhi kewajiban atau tugas mereka
- c. Dapat dipercaya, merupakan keyakinan seorang nasabah mengenai bank digital mampu memenuhi tugasnya dan membantu tugas-tugas nasabah dalam mengelola keuangan.

²¹ Wicaksono, 77.

4. Keputusan Menggunakan (Y)

Menurut Kotler dalam jurnal yang ditulis oleh Faisal Umardani dan Rahma Wahyuni Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang untuk kemudian dipecahkan.

Mengambil atau membuat keputusan adalah suatu proses yang dilaksanakan orang berdasarkan pengetahuan dan informasi yang adanya pada saat tersebut dengan harapan bahwa sesuatu akan terjadi. Keputusan dapat diambil dari alternatif-alternatif keputusan yang ada. Alternatif keputusan tersebut dapat dilakukan dengan adanya informasi yang diolah dan disajikan dengan sistem penunjang keputusan²²

Variabel keputusan menggunakan dalam penelitian ini adalah variabel paling penting dimana nasabah mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember memutuskan untuk menggunakan bank digital setelah merasakan kemudahan dan manfaat dari bank digital serta percaya akan kemanaan dari bank digital.

Indikator variabel keputusan menggunakan adalah sebagai berikut:

²² Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 1 (17 Maret 2020), <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>.

- a. Pengenalan masalah, merupakan tahapan dimana nasabah mengenali masalah atau kebutuhannya
- b. Mencari informasi, merupakan nasabah berusaha mencari informasi lebih banyak tentang bank digital
- c. Evaluasi alternatif, merupakan tahapan dimana nasabah memperoleh informasi tentang bank digital
- d. Keputusan menggunakan, merupakan tahapan dimana nasabah telah memiliki pilihan dan siap menggunakan bank digital
- e. Perilaku pasca menggunakan, merupakan tahapan dimana nasabah puas atau tidak terhadap jasa yang ditawarkan oleh bank digital.

Tabel 1. 2
Definisi Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) (Soetam Rizky Wicaksono,2022)	Persepsi seorang individu tentang seberapa mudah teknologi digunakan	Kemudahan Belajar ($X_{1.1}$)	1. Aplikasi bank digital mudah dipelajari
		Kemudahan Penggunaan ($X_{1.2}$)	1. Aplikasi bank digital mudah digunakan
		Ketersediaan Dukungan Teknis ($X_{1.3}$)	1. Aplikasi bank digital Mudah menghubungi <i>Customer Service</i> ketika meminta bantuan
		Ketersediaan Sumber Daya ($X_{1.4}$)	1. Aplikasi bank digital mudah dalam mengoperasikannya
Persepsi Manfaat (X_2)	Persepsi individu mengenai sejauh mana	Efektivitas Teknologi ($X_{2.1}$)	1. Bank digital efektif dalam memberikan pelayanan

Soetam Rizky Wicaksono	teknologi dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas dan mencapai tujuan mereka		<p>produk keuangan. Contoh: tabungan, investasi, dll.</p> <p>2. Bank digital bermanfaat dalam membantu mengelola keuangan</p>
		Keuntungan Teknologi (X _{2.2})	<p>1. Bank digital menawarkan banyak promo, diskon, atau cashback</p> <p>2. Bank digital membuat transaksi lebih hemat</p>
		Keterkaitan Teknologi dengan Tujuan (X _{2.3})	<p>1. Bank digital membuat pekerjaan lebih efisien. Contoh: pembukaan rekening secara online</p>
		Relevansi Teknologi (X _{2.4})	<p>1. Fitur dan layanan bank digital bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pengguna</p>
Kepercayaan (X ₃)	Tindakan dua arah tanpa syarat dimana satu pihak berharap pada pihak lain untuk menanggapi harapan dan kinerja yang	Berintegritas (X _{3.1})	<p>1. Yakin merasa aman bertransaksi menggunakan bank digital</p> <p>2. Yakin dengan struktur hukum dan teknologi akan melindungi jika</p>

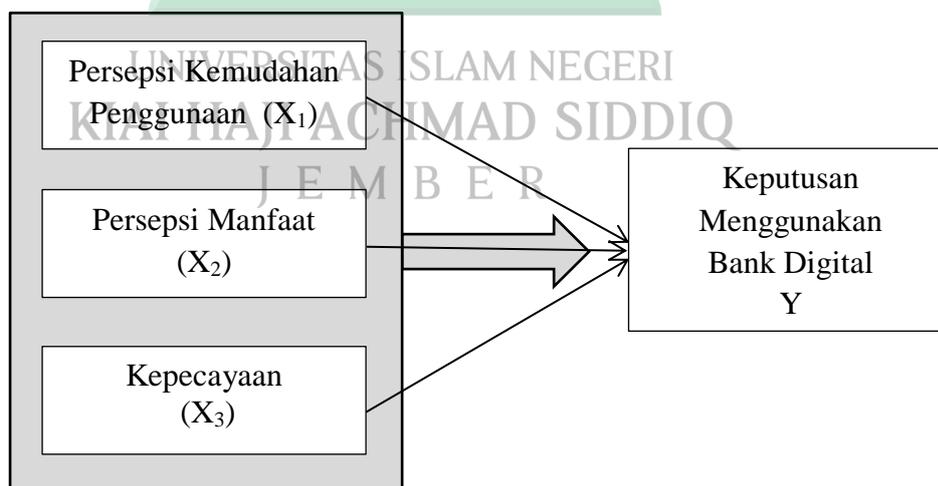
	tidak dapat dikendalikan oleh kedua belah pihak		ada masalah pada akun bank digital
		Dapat Diandalkan (X _{3.2})	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yakin bank digital dapat menjaga saldo rekening dalam jangka panjang 2. Yakin bahwa bank digital menjaga keamanan data pribadi
		Dapat Dipercaya (X _{3.3})	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yakin bahwa bank digital sepenuhnya dapat dipercaya
Keputusan Menggunakan (Y) Kotler	Proses seseorang menggunakan layanan yang diberikan oleh pihak perusahaan akan jasa yang mereka tawarkan	Pengenalan Masalah (Y ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bank digital sesuai dengan kebutuhan
		Mencari Informasi (Y ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari informasi mengenai keunggulan bank digital
		Evaluasi Alternatif (Y ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bank digital sebagai alternatif dari bank konvensional
		Keputusan Menggunakan (Y ₄)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bank digital merupakan keputusan yang tepat
		Perilaku Pasca Penggunaan (Y ₅)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa puas dan berkeinginan untuk terus menggunakan bank digital

Sumber: Data dioalah peneliti

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar yang harus dirumuskan secara jelas oleh peneliti sebelum mengumpulkan data. Asumsi penelitian berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang diteliti selain itu juga berfungsi untuk mempertegas variabel yang akan diteliti dan merumuskan hipotesis.²³

Pada penelitian ini berasumsi bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan kepercayaan mempengaruhi keputusan mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember untuk menggunakan bank digital. Untuk memudahkan penelitian dan menyamakan persepsi antara peneliti dan pembaca terhadap alur pemikiran, maka peneliti merumuskan kerangka penelitian sebagai berikut



Gambar 1. 5
Kerangka Penelitian

²³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember*, 41

- Pengaruh Parsial
 ⇨ Pengaruh Simultan

Keterangan:

X₁ Persepsi Kemudahan Penggunaan: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

X₂ Persepsi Manfaat: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

X₃ Kepercayaan: 1, 5, 10

1. Apriwandi, Debbie Christine, dkk. (2023)
2. Wicky T J Laloan, Rudy S Wenas, dkk. (2023)
3. Dhanang Ariyanto (2023)
4. M. Qoes Atieq dan Eva Nurpaini (2022)
5. Nasya Manfarisa (2022)
6. Bani Saad (2021)
7. Yulia Syahputri, Iskandar, dan Safwan Kamal (2020)
8. Hutami, dkk. (2020)
9. Nita Sulistia (2020)
10. Isnaeni Agustin dan Harry Soesanto (2020)

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian, karena pada dasarnya hipotesis merupakan jawaban dari rumusan masalah, sedangkan kebenaran yang sebenarnya dari hipotesis perlu diuji melalui analisis data di lapangan.²⁴ Berdasarkan kerangka berpikir diatas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

1. Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Menggunakan

Dalam penelitian skripsi yang dilakukan oleh Nisa Setyo Rahmawati tentang “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet Gopay* Pada Mahasiswa Muslim Di Solo Raya” memperoleh hasil bahwa faktor persepsi

²⁴ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 205-206

kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet gopay* pada mahasiswa muslim di Solo Raya.²⁵

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Ha₁: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

2. Hubungan Persepsi Manfaat dengan Keputusan Menggunakan

Dalam penelitian terdahulu berupa jurnal yang ditulis oleh Keyka Finannafi'ah dan Banu Witono tentang “Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat, dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking*” memperoleh hasil bahwa faktor persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.²⁶ Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

²⁵ Nisa Setyo Rahmawati, “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet Gopay* Pada Mahasiswa Muslim Di Solo Raya” (Skripsi UIN Raden Mas Said, 2023)

²⁶ Keyka Finannafi'ah dan Banu Witono, “Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking*,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 1 (April 2022), 175. DOI: <https://doi.org/10.34308/eqien.v10i1.503>

Ha₂: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

3. Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Menggunakan

Dalam penelitian terdahulu berupa jurnal yang ditulis oleh Rudi Lahagu, Sulistyandari, dan Intan Diane Binangkit tentang “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Pekanbaru” memperoleh hasil bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik di Pekanbaru.²⁷ Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Ha₃: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

4. Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan dengan Keputusan Menggunakan

Dalam penelitian terdahulu yang ditulis oleh Ni Wayan Yulitasari tentang Pengaruh *Trust*, Manfaat, Kemudahan Penggunaan,

²⁷ Rudi Lahagu, Sulistyandari, dan Intan Diane Binangkit, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Pekanbaru,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, Vol. 2 No. 1 (Maret, 2023), 544

dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *E-Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta) memperoleh hasil bahwa *trust*, manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan *e-banking*.²⁸ Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Ha₄: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel penelitian dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan

²⁸ Ni Wayan Yulitasari, Pengaruh *Trust*, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *E-Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta), Universitas Mercu Buana Yogyakarta

terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, berisi penelitian terdahulu dan kajian teori yang berhubungan dengan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB III METODE PENELITIAN, berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik, instrumen pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan dalam meneliti pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, berisi gambaran objek penelitian yaitu bank digital yang ada di Indonesia, penyajian data, analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran-saran yang bersifat membangun dan memperbaiki bagi semua pihak-pihak dan khususnya bagi lembaga yang diteliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal yang ditulis oleh Apriwandi, Debbie Christine, dkk. dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada Pelaku UMKM Kota Bandung)”²⁹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dalam menggunakan sistem informasi akuntansi. Penelitian ini dilakukan pada 54 UKM yang tersebar di Jawa Barat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel kemudahan dan variabel manfaat mempengaruhi efektivitas penggunaan sistem informasi akuntansi bagi UKM. Sedangkan variabel risiko dan variabel kepercayaan tidak mempengaruhi minat sistem informasi akuntansi membentuk sikap positif pelaku UKM.

2. Jurnal yang ditulis oleh Wicky, Rudy, dan Sjendry dengan judul “Pengaruh Kemudahan Pengamanan penggunaan, persepsi manfaat,

²⁹ Debbie Christine dkk., “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol 17, no. 2 (2023). DOI: <https://doi.org/10.19184/bisma.v17i2.42835>

dan risiko terhadap minat pengguna *E-Payment QRIS* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado”³⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan risiko baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat menggunakan *e-payment QRIS* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado dengan mengambil sampel menggunakan teknik purposive sampling yang berjumlah 100 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-payment QRIS*, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-payment QRIS*, persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-payment QRIS*. Kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-payment QRIS* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

³⁰ Laloan, Wenas, dan Loindong, “The Influence Of Ease Of Use, Perceived Benefits, And Risks On Interest In Qris E-Payment Users In Students Of The Faculty Of Economics And Business, Sam Ratulangi University Manado,” *Jurnal EMBA* Vol.11 No.2 (April 2023), 375. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.48312>

3. Skripsi yang ditulis oleh Dhanang Ariyanto dengan judul “Pengaruh Persepsi kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *Digital Payment* Syariah Linkaja Pada Mahasiswa Se-Solo Raya”³¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pandangan mengenai kemudahan, manfaat, keamanan dan risiko kepada keinginan menggunakan *digital payment* linkaja syariah pada masyarakat Se-Solo Raya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang diambil dari mahasiswa Soloraya yang mengoperasikan *digital payment* syariah linkaja dan berusia 18-26 tahun yang berjumlah 100 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi keamanan tidak berdampak signifikan kepada keinginan untuk menggunakan *digital payment* syariah linkaja, persepsi manfaat dan persepsi risiko berdampak signifikan kepada keinginan untuk menggunakan *digital payment* syariah linkaja.

4. Jurnal yang ditulis oleh M. Qoes Atieq dan Eva Nurpaini dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap

³¹ Dhanang Ariyanto, “Pengaruh Persepsi kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Syariah Linkaja Pada Mahasiswa Se-Solo Raya” (Skripsi UIN Raden Mas Said, 2023)

Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Survei Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)³²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa perbankan syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang merupakan nasabah BSI untuk menggunakan mobile banking. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan responden berjumlah 91 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, variabel risiko tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Variabel kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

5. Skripsi yang ditulis Nasya Manfarisa dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah"³³

³² Muhammad Qoes Atieq dan Eva Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2 Juli 2022): 401–23, <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>.

³³ Nasya Manfarisa, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2022)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan masyarakat Jabodetabek menggunakan Bank Digital Syariah dengan pendekatan TAM. Penelitian ini menganalisis 100 responden dengan menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis data SEM PLS menggunakan SmartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi responden untuk menggunakan bank digital syariah. Sedangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak terbukti mempengaruhi responden untuk menggunakan bank digital Syariah.

6. Jurnal yang ditulis oleh Bani Saad SE, AK, M.Si, CA dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Manfaat, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Penggunaan *E-Payment* Di Indonesia”³⁴

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis beberapa faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan *e-payment* di Indonesia. Objek dari penelitian ini adalah para pengguna *e-payment*, seperti: Dana, Tokopedia, Shopee, OVO, GoPay, Bukalapak yang berlokasi di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan pengumpulan data digunakan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* dengan metode *convenience sampling*.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel pengetahuan produk, manfaat, dan kemudahan tidak berpengaruh terhadap persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik. Sedangkan variabel

³⁴Bani Saad, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Manfaat, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Penggunaan *E-Payment* Di Indonesia,” *Jurnal AkunNas* Vol 18, No 2 (Jakarta 2021).

risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik.

7. Jurnal yang ditulis oleh Yulia Syahputri, Iskandar, dan Safwan Kamal dengan judul “Analisis Pengaruh Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Mahasiswa Febi IAIN Langsa”³⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, risiko, dan manfaat secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada mahasiswa FEBI IAIN Langsa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel risiko dan variabel kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel risiko, kemudahan, dan manfaat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

8. Jurnal yang ditulis oleh Hutami, dkk. dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap keputusan Menggunakan Uang Elektronik Berbasis

³⁵ Yulia Syahputri, Iskandar, Safwan Kamal, “Analisis Pengaruh Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Febi IAIN Langsa,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol 2 No 1 (1 APRIL 2020), <https://doi.org/10.32505/jim.v2i1.2629>.

*Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Mahasiswa UPI Y.A.I*³⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner teknik *accidental sampling* sebanyak 65 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko baik secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta.

9. Skripsi yang ditulis oleh Nita Sulistia dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan ShopeePay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram Angkatan Tahun 2017)”³⁷

³⁶ Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita, dkk. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap keputusan Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Di Kalangan Mahasiswa UPI Y.A.I,” *Jurnal IKRAITH IV*, 2020

³⁷ Nita Sulistia, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan ShopeePay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Islam Negeri Mataram Angkatan Tahun 2017),” 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko secara parsial dan secara simultan terhadap minat bertransaksi menggunakan shopeepay. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* yang diisi oleh 45 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat bertransaksi menggunakan shopeepay. Sedangkan secara simultan variabel kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan shopeepay.

10. Jurnal yang ditulis oleh Isnaeni Agustin dan Harry Soesanto dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood Di Kota Semarang)”³⁸

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian *goofood* di Semarang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen berjumlah 125 orang yang

³⁸ Isnaeni Agustin Widhiaswara dan Harry Soesanto, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood di Kota Semarang),” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 19, no. 2 (20 September 2020): 114–25, <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i2.114-125>.

melakukan pembelian makanan melalui gofood. Pengumpulan data dilakukan menggunakan *google form*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang dilakukan dengan program AMOS.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Apriwandi, Debbie Christine, dkk. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada Pelaku UMKM Kota Bandung, 2023	Variabel kemudahan dan variabel manfaat mempengaruhi efektivitas penggunaan sistem informasi akuntansi bagi UKM. Sedangkan variabel risiko dan variabel kepercayaan tidak mempengaruhi minat sistem informasi akuntansi membentuk sikap positif pelaku UKM.	1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan, manfaat dan kepercayaan	1. Tidak ada variabel risiko 2. Variabel Y berbeda yaitu terhadap efektivitas sistem informasi akuntansi (Studi pada pelaku UMKM Kota Bandung) 3. Menggunakan empat variabel X dan satu variabel Y
2	Wicky T J Laloan, Rudy S Wenas, dan	Persepsi kemudahan penggunaan	1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan	1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap minat

	<p>Sjendry S R Loindong, The Influence Of Ease Of Use, Perceived Benefits, And Risks On Interest In Qris E-Payment Users In Students Of The Faculty Of Economics And Business, Sam Ratulangi University Manado, 2023</p>	<p>tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-payment</i> QRIS, persepsi manfaat dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-payment</i> QRIS. Kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-payment</i> QRIS pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.</p>	<p>variabel kemudahan penggunaan, dan manfaat</p>	<p>pengguna <i>E-Payment</i> QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado</p> <p>2. Tidak ada variabel risiko</p>
3	<p>Dhanang Ariyanto. Pengaruh Persepsi kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Paymnet Syariah</p>	<p>Persepsi kemudahan dan persepsi keamanan tidak berdampak signifikan kepada keinginan untuk menggunakan digital payment syariah linkaja, persepsi manfaat dan persepsi risiko</p>	<p>1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan, dan manfaat</p>	<p>1. Menggunakan empat variabel X dan satu variabel Y 2. Tidak ada variabel keamanan dan risiko 3. Variabel Y berbeda yaitu terhadap minat menggunakan</p>

	Linkaja Pada Mahasiswa Se-Solo Raya, 2023	berdampak signifikan kepada keinginan untuk menggunakan digital payment syariah linkaja.		digital payment syariah linkaja pada mahasiswa Se-Solo Raya
4	M. Qoes Atieq dan Eva Nurpaini, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survei Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon), 2022	Variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, variabel risiko tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Variabel kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking	1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan, dan manfaat	1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah (Survei Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon) 2. Tidak ada variabel risiko

5	Nasya Manfarisa, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah, 2022	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi responden untuk menggunakan bank digital syariah. Sedangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak terbukti mempengaruhi responden untuk menggunakan bank digital Syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan, manfaat dan kepercayaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap minat menggunakan bank digital syariah 2. Variabel Y menggunakan bank digital syariah
6	Bani Saad, Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Manfaat, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Penggunaan <i>E-Payment</i> Di Indonesia, 2021	Variabel pengetahuan produk, manfaat, dan kemudahan tidak berpengaruh terhadap persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik, sedangkan variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengguna tentang sistem pembayaran elektronik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel manfaat, kemudahan penggunaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada variabel pengetahuan dan variabel risiko 2. Menggunakan tiga variabel X dan satu variabel Y 3. Variabel Y berbeda yaitu terhadap penggunaan <i>E-Payment</i> di Indonesia

7	Yulia Syahputri, Iskandar, dan Safwan Kamal, Analisis Pengaruh Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Febi IAIN Langsa, 2020	Variabel risiko dan variabel kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel risiko, kemudahan, dan manfaat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan dan manfaat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa Febi IAIN Langsa 2. Tidak ada variabel risiko
8	Hutami, dkk. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap keputusan Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian	Variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko baik secara parsial dan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan, dan manfaat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS di kalangan mahasiswa UPI Y.A.I 2. Tidak ada variabel risiko

	Standard (QRIS) Di Kalangan Mahasiswa UPI Y.A.I, 2020	UPI Y.A.I Jakarta.		
9	Nita Sulistia, Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Shopeepay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram Angkatan Tahun 2017), 2020	Variabel kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat bertransaksi menggunakan Shopeepay. Sedangkan secara simultan variabel kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan Shopeepay.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel kemudahan penggunaan, dan manfaat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap minat pengguna <i>E-Payment</i> QRIS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado 2. Tidak ada variabel risiko
10	Isnaeni Agustin dan Harry Soesanto, Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan	Variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teori TAM 2. Menggunakan variabel manfaat dan kemudahan penggunaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Y berbeda yaitu terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening 2. Tidak ada variabel risiko

	Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood Di Kota Semarang), 2020	pembelian. Variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian		
--	---	---	--	--

Sumber: Dioalah oleh Peneliti

Dapat disimpulkan dari penelitian-penelitian terdahulu, bahwa adanya perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Dari 10 penelitian terdahulu yang dijelaskan diatas, semua memiliki obyek atau variabel Y yang berbeda dengan penelitian ini. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital. Era bank digital muncul di Indonesia kurang lebih masih dua sampai tiga tahun terkahir ini, oleh karena itu belum banyak peneliti melakukan penelitian dengan topik bank digital. Jadi dapat dikatakan penelitian ini termasuk penelitian baru.

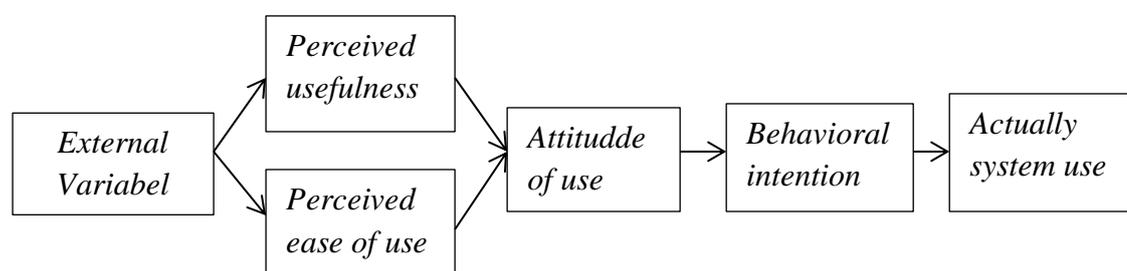
B. Kajian Teori

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. TAM dikembangkan pada tahun 1986 oleh Fred Davis dalam tesis doktoralnya yang berjudul "A

Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems". Awalnya, TAM dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi informasi baru, seperti sistem informasi manajemen atau perangkat lunak. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, TAM juga digunakan dalam berbagai konteks teknologi, termasuk teknologi mobile, media sosial, dan aplikasi.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori tentang pemanfaatan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Keunggulan TAM yang paling penting adalah sebagai model parsimony, yaitu model yang sederhana tapi valid. Selain itu TAM juga telah teruji dengan banyak penelitian yang menghasilkan TAM menjadi model yang baik terutama jika dibandingkan dengan model *Theory of Reasoned* (TRA).³⁹



Gambar 2. 1
Konsep TAM

³⁹ Nurul Setianingrum dan Nur Hidayat, "The Development Of Asset Liquidity Management Learning Based On Online Research And Trade As A Financial Inclusion Strategy For Students", *International Journal Of Scientific & Technology Research*, Vol.8, Issue 08 (August 2019), 92

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi seorang individu tentang seberapa mudah teknologi itu digunakan. Semakin mudah teknologi digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi diterima oleh pengguna. Beberapa hal yang diukur dalam *Perceived Ease of Use* antara lain:⁴⁰

a. Kemudahan belajar

Kemudahan belajar adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi mudah dipelajari, kemudahan belajar terkait dengan fitur-fitur teknologi yang memfasilitasi pembelajaran pengguna.

b. Kemudahan penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi mudah digunakan setelah dipelajari. Kemudahan penggunaan terkait dengan efisiensi dan kemudahan navigasi pada teknologi.

c. Ketersediaan dukungan teknis

Ketersediaan dukungan teknis adalah persepsi individu tentang ketersediaan bantuan teknis ketika pengguna mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi. Ketersediaan dukungan teknis dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi.

⁴⁰ Wicaksono, 33.

d. Ketersediaan sumber daya

Ketersediaan sumber daya adalah persepsi individu tentang ketersediaan sumber daya seperti komputer, perangkat lunak, dan jaringan internet. Ketersediaan sumber daya dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi.

3. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat atau persepsi kegunaan adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas dan mencapai tujuan mereka. *Perceived Usefulness* dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Beberapa hal yang diukur dalam *Perceived Usefulness* antara lain:⁴¹

a. Efektivitas Teknologi

Efektivitas teknologi adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi tersebut efektif dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Efektivitas teknologi berkaitan dengan kemampuan teknologi untuk memecahkan masalah dan membantu pengguna dalam mencapai tujuan mereka.

b. Keuntungan Teknologi

Keuntungan teknologi adalah persepsi individu mengenai manfaat yang diperoleh dengan menggunakan teknologi. Keuntungan teknologi berkaitan dengan keuntungan biaya,

⁴¹ Wicaksono, 38.

efisiensi waktu atau manfaat lainnya ketika teknologi tersebut digunakan.

c. Keterkaitan Teknologi dengan Tugas

Keterkaitan teknologi dengan tugas adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi bisa membantu mereka dalam menyelesaikan tugas-tugas. Keterkaitan teknologi dengan tugas berkaitan dengan kemampuan teknologi untuk mempercepat proses tugas.

d. Relevansi Teknologi

Relevansi teknologi adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi relevan dengan kebutuhan mereka. Relevansi teknologi berkaitan dengan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

4. Kepercayaan

Kepercayaan individu terhadap teknologi akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, yang pada gilirannya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakannya. Faktor individu seperti pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa, pengetahuan tentang teknologi, sikap terhadap teknologi, persepsi tentang manfaat teknologi, dan keterkaitan teknologi dengan tugas dapat mempengaruhi kepercayaan individu terhadap teknologi.⁴²

⁴² Wicaksono, 77.

Jika kepercayaan individu terhadap teknologi menurun, hal ini dapat mengakibatkan penurunan niat dan kemauan mereka untuk menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengantisipasi penurunan kepercayaan terhadap teknologi dengan mengambil tindakan yang tepat. Salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan individu terhadap teknologi adalah dengan memberikan pelatihan dan dukungan yang memadai bagi pengguna.

5. Keputusan Menggunakan

Menurut Kotler dalam jurnal yang ditulis oleh Faisal Umardani dan Rahma Wahyuni Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses dalam mengenali masalah-masalah dan peluang-peluang untuk kemudian dipecahkan.⁴³

Pengambilan keputusan adalah proses memilih dengan pilihan atau solusi yang banyak untuk menemukan solusi yang terbaik diantara yang ada. Pengambilan keputusan biasanya dilakukan oleh seseorang jikalau ada banyak pilihan dan harus segera dipilih sesuai dengan

⁴³ Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 1 (17 Maret 2020), <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>.

pertimbangan tertentu agar sesuai dengan harapan atau tujuan.⁴⁴ Sedangkan menurut Boyd L. Walker dalam jurnal yang ditulis oleh Niesfi Laily Rahman, Abdul Rokhim, dan Abdul Wadud Nafis pengambilan keputusan pembelian diartikan sebagai sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁴⁵

Dalam konteks produk jasa dikenal dengan keputusan menggunakan, yaitu menggunakan layanan yang diberikan oleh pihak perusahaan akan jasa yang mereka tawarkan. Menurut Fatuh dan Widyastuti dalam jurnal yang sama menjelaskan bahwa keputusan pembelian dapat diasumsikan sebagai keputusan menggunakan. Dalam konteks perusahaan jasa, keputusan pembelian merupakan proses seorang konsumen menggunakan produk berupa layanan yang ditawarkan oleh perusahaan jasa tersebut.⁴⁶

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁴ Hersa Farida Qoriani, “Faktor-Faktor yang Berpengaruh dalam Keputusan Pembelian Asuransi Kesehatan Allisya Care Sidoarjo” *Tijarah: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1, No.3 (November 2022), 10

⁴⁵ Niesfy Laily Rahman, Abdul Rokhim, dan Abdul Wadud Nafis, “Pengaruh Label Halal, *Brand*, dan Harga Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik (Studi Produk Kosmetik Wardah dan Produk Kosmetik MSI), *IJIEF: Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol.4, No.2 (Desember 2021), 39

⁴⁶ Fitria Styarini dan Sulis Riptiono, “Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank BRI di Kantor Cabang Kebumen),” *JIMMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis & Akuntansi*, Vol.2 No.4 (Agustus,2020). DOI: <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal yang ditulis oleh Muhammad Rahel, Abd. Rokhim, dan Ahmadiono menyatakan ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian konsumen.⁴⁷

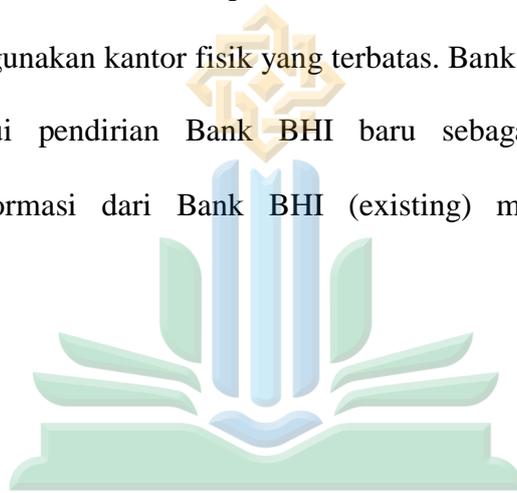
- a) Pengenalan masalah, merupakan tahapan dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya
- b) Mencari Informasi, Konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhan. Biasanya konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan kenalan), Komersial (iklan, tenaga penjual, perantara dan kemasan), eksperimental (penanganan pemeriksaan dan penggunaan Produk).
- c) Evaluasi Alternatif, merupakan tahapan dimana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir.
- d) Keputusan Pembelian, merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian. Faktor-faktor kepuasan untuk membeli diantaranya:
 1. Sikap orang lain: keluarga, teman, tetangga
 2. Faktor situasi yang tidak diharapkan: pendapatan, keluarga, manfaat yang diharapkan.

⁴⁷ Muhammad Rahel, Abd. Rokhim, dan Ahmadiono, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, *Brand Image*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso 1 Kabupaten Bondowoso," *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, Vol.5, No.2, (Desember 2022), 8

- e) Perilaku Pasca Pembelian, merupakan tahapan dimana konsumen puas atau tidak terhadap pilihan produk yang tersedia

6. Bank Digital

Berdasarkan peraturan OJK No 12/POJK.03/2021 disebutkan bahwa Bank Digital adalah Bank berbadan hukum Indonesia (BHI) yang menyediakan dan menjalankan kegiatan usaha terutama melalui saluran elektronik tanpa kantor fisik selain kantor pusat, atau menggunakan kantor fisik yang terbatas. Bank Digital dapat beroperasi melalui pendirian Bank BHI baru sebagai Bank Digital; atau transformasi dari Bank BHI (existing) menjadi Bank Digital.⁴⁸



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁸ <https://ojk.go/id> , diakses pada 10 Oktober 2023

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁹

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah jenis kausal komparatif. Metode kausal komparatif digunakan dalam evaluasi untuk mengetahui kemungkinan hubungan sebab-akibat. Kausal komparatif melibatkan kegiatan peneliti yang diawali dari mengidentifikasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya, kemudian mencari kemungkinan variabel penyebabnya.⁵⁰ Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan. Sedangkan variabel yang dipengaruhi yaitu keputusan menggunakan bank digital.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 8

⁵⁰ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 8

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵¹

Menurut Ma'ruf Abdullah populasi adalah kumpulan inti yang akan diteliti ciri-ciri atau karakteristiknya, dan apabila populasinya terlalu luas, maka peneliti harus mengambil sampel (bagian dari populasi) untuk diteliti.⁵² Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna atau nasabah mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang mempunyai rekening bank digital dan pernah memanfaatkan layanan atau fitur dari bank yang tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga peneliti tidak mungkin bisa mempelajari semua yang ada pada

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80

⁵² Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 226

populasi. Oleh karena itu peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil harus representatif (mewakili).⁵³ Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria atau pertimbangan tertentu.⁵⁴ Pada penelitian ini terdapat kriteria untuk dijadikan sampel yaitu:

- a. Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
- b. Mempunyai rekening di bank digital
- c. Pernah menggunakan layanan dan fitur bank digital

Dikarenakan populasi nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tidak diketahui secara pasti maka jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,960^2 (0,5) (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 (0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 81

⁵⁴ Sugiyono, 84-85

Keterangan:

n = Jumlah Sampel Minimal

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Tingkat Kesalahan = 10%

Berdasarkan perhitungan tersebut minimal sampel yaitu 96 responden, maka peneliti membulatkan menjadi 100 responden.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah komponen penelitian, tanpa data tidak akan ada penelitian, data dalam penelitian harus valid atau benar, jika tidak valid maka akan menghasilkan informasi dan kesimpulan yang keliru atau salah. Oleh karena itu diperlukan pengambilan data yang benar.⁵⁵ Pada penelitian ini, sumber yang digunakan berupa data primer, data sekunder dan dokumentasi.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner.⁵⁶ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai sumber utama penelitian. Kuesioner disebarakan secara *online* di kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember berbentuk google form yang berisi 20 pernyataan.

⁵⁵ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 246

⁵⁶ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 64

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber lain baik organisasi, lembaga, badan, dan institusi yang telah bersedia untuk digunakan sesuai dengan keperluan yang membutuhkan data.⁵⁷

2. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian memerlukan teknik pengumpulan data, untuk keperluan tersebut ada beberapa instrumen pengumpulan data yang bisa digunakan oleh peneliti diantaranya: kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁵⁸ Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner (angket) dan diukur menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁵⁹

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, dalam

⁵⁷ Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022), 65

⁵⁸ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 247

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif f Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 93

penelitian ini, peneliti menggunakan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Tingkat Penilaian dan Jawaban

Skala Likert		Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan dengan jumlah/total keseluruhan tanggapan pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel. Untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat menggunakan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan menggunakan *degree of freedom* (df). Adapun rumusnya yaitu $df = n-2$ dengan tingkat signifikansi besarnya 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator yang telah melalui pengujian validitas dan dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70, walaupun nilai 0,60 – 0,70 masih dapat diterima.⁶⁰

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi linear yang digunakan.⁶¹ Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak berdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias.⁶² Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu uji grafik normal

⁶⁰ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 46

⁶¹ Hengky Latan, 56

⁶² Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 56

probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov Smirnov Test,

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji asumsi klasik multikolinearitas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* harus > 0.10 dan $VIF < 10$.⁶³

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian menggunakan uji statistik glejser dan dengan melihat grafik *scatterplot*. Uji statistik

⁶³ Hengky Latan , 63

glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model regresi. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.⁶⁴

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji t (parsial) dalam penelitian ini yaitu:

H_0 : Variabel-variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan

⁶⁴ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 66

menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Ha: Variabel-variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji f (simultan) dalam penelitian ini yaitu:

Ho: Variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Ha: Variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Rumus regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Dengan keterangan:

Y = Keputusan Menggunakan Bank Digital

X₁ = Persepsi Kemudahan Penggunaan

X₂ = Persepsi Manfaat

X₃ = Kepercayaan

5. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen, dengan kata lain nilai dari koefisien determinasi bisa digunakan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

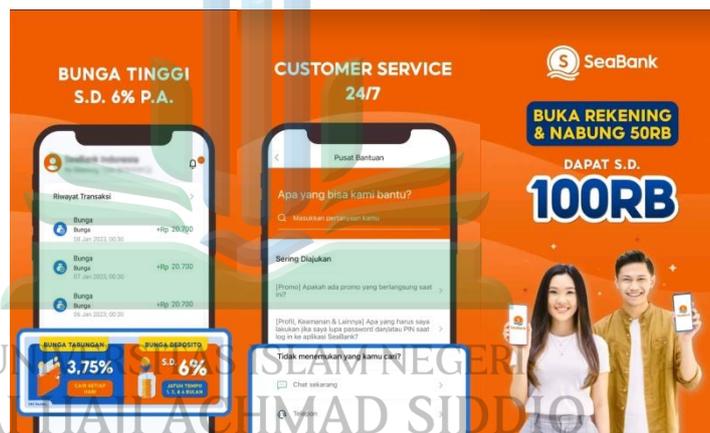
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. SeaBank



Gambar 4.1
Logo SeaBank



Gambar 4.2
Tampilan SeaBank

PT Seabank Indonesia didirikan sebagai PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) pada 4 Oktober 1991. Bank BKE sendiri mulai beroperasi sebagai Bank pada tanggal 27 Februari 1992. Pendirian BKE dirintis oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo. Pada tahun 2019, BKE tercatat dimiliki oleh Induk Koperasi Pegawai Republik Indonesia (IKP-RI) dan PT Reliance Sekuritas Indonesia Tbk (25% dan 19%) ditambah pemegang saham lain; di awal 2020 salah

satu pemegang saham, PT Danadipa Artha Indonesia (milik Setiawan Ichlas, yang sudah menjadi pemegang saham sejak 2018), meningkatkan sahamnya dari 21% menjadi 92,6%. Belakangan, kepemilikan saham BKE menjadi dipegang 95%-nya oleh Danadipa, sedangkan 5%-nya oleh PT Koin Investama Nusantara yang juga dimiliki oleh Turbo Cash. Hal ini membuat kepemilikan BKE sejak Januari 2020 resmi jatuh kepada Sea Group.

Pasca-akuisisi itu, berdasarkan Surat Keputusan No. AHU-0002728.Ah.01.02 Tahun 2021 yang diterbitkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia tanggal 15 Januari 2021, PT Bank Kesejahteraan Ekonomi resmi berubah nama menjadi PT SeaBank Indonesia. Perubahan nama ini berlaku efektif sejak tanggal 10 Februari 2021.

Saat ini SeaBank bekerjasama dengan Shopee untuk menambah nasabah mereka yang hobi belanja. Dimana para pengguna Shopee bisa dengan mudah untuk buka rekening SeaBank melalui aplikasi Shopee selain itu Shopee dan SeaBank juga menawarkan berbagai macam promo menarik untuk para penggunanya. Sebelumnya, Sea Group sendiri telah mendapatkan lisensi untuk bank digital di Singapura pada Desember 2020.⁶⁵

⁶⁵ <https://www.seabank.co.id> diakses pada tanggal 3 Januari 2024

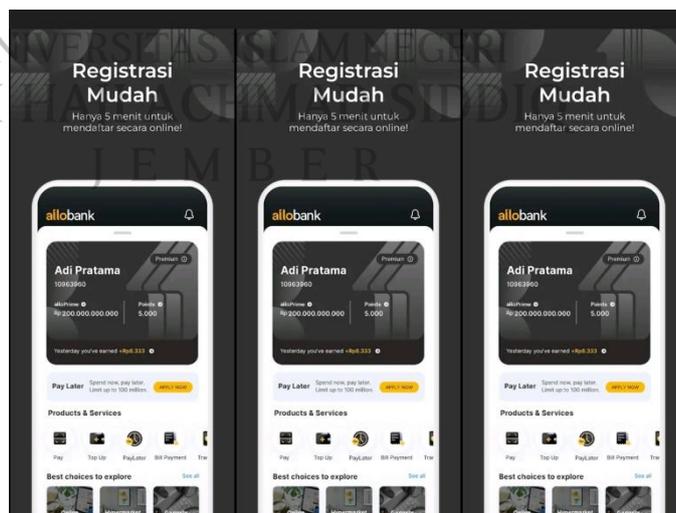
Fitur pada SeaBank diantaranya yaitu:

- a. Transfer Gratis, melalui SeaBank ke semua rekening bank dan *e-wallet* minimal 100x per bulan.
- b. Bebas Biaya Admin, tidak ada potongan biaya admin per bulan
- c. Bunga Tinggi hingga 6%, bunga deposito hingga 6% dan bunga tabungan 3,75% dibayarkan setiap hari.

2. Allo Bank



Gambar 4. 3
Logo Allo Bank



Gambar 4. 4
Tampilan Allo Bank

Allo Bank dirancang untuk mewujudkan semua kebutuhan mulai dari segi finansial hingga hiburan, semua bisa didapatkan dengan mudah dan cepat dalam satu genggam melalui Allo Apps. Allo Bank selalu berinovasi dan memberikan terobosan baru berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Oleh karena itu, Allo Apps dapat memudahkan kamu untuk terhubung dengan merchant- merchant di dalam ekosistem CT Corpora.

Sebelumnya kami dikenal dengan nama PT Bank Arta Griya pada tahun 1992, kemudian berubah nama pada tanggal tahun 1993 menjadi PT. Bank Harda Griya yang dikenal dengan sebutan Bank Harda. Pada tahun 1996 berubah nama kembali menjadi PT Bank Harda Internasional (BHI). Lalu, pada tahun 2015, BHI melakukan Penawaran Saham Perdana (IPO) kepada masyarakat. Tahun 2021, BHI resmi diakuisisi oleh PT Mega Corpora dan mendapatkan persetujuan OJK di bulan Maret. Pada bulan Juni 2021 PT Bank Harda Internasional Tbk resmi berganti nama menjadi PT Allo Bank Indonesia Tbk.⁶⁶

Fitur Pada Allo Bank

- a) Allo Pay dan Allo Pay+
 - 1) Registrasi Allo Pay dan Allo Pay+ mudah, cepat dan bisa langsung digunakan
 - 2) Tidak ada biaya administrasi bulanan

⁶⁶ <https://www.allobank.com> diakses pada 10 Oktober 2023

3) Transaksi dilakukan secara aman, mudah menggunakan QRIS

4) Memiliki histori transaksi dan *e-statement* bulanan

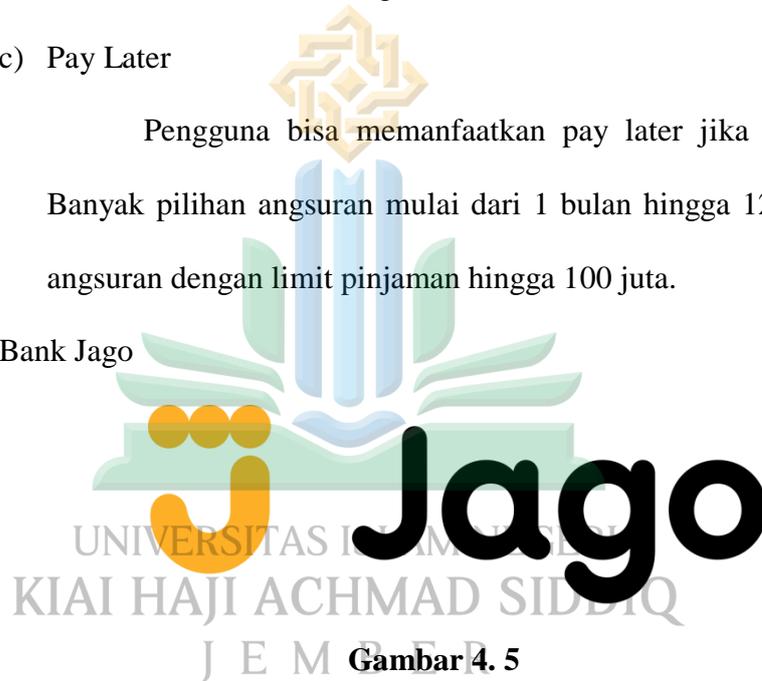
b) Deposito

Pengguna Allo Bank bisa membuka rekening deposito dengan mudah dan cepat. Dengan saldo minimal 10 juta pengguna sudah bisa mendapatkan suku bunga 6%. Pengguna juga bisa memilih tenor sesuai keinginan minimal 1 bulan

c) Pay Later

Pengguna bisa memanfaatkan pay later jika dibutuhkan. Banyak pilihan angsuran mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan kali angsuran dengan limit pinjaman hingga 100 juta.

3. Bank Jago



Gambar 4.5
Logo Bank Jago



Gambar 4. 6
Tampilan Bank Jago

Bank Jago mengawali perjalanannya sebagai PT Bank Artos, yang berdiri di Bandung pada 1992. Seperti bank lainnya, Bank Artos menawarkan layanan simpanan, pinjaman, dan transaksi. Perusahaan baru mulai melakukan ekspansi ke DKI Jakarta pada 1996. Perjalanan Bank Artos memasuki babak baru ketika melantai di bursa saham pada 2016. Bank dengan kode saham ARTO ini menawarkan 1,19 miliar lembar saham dengan nilai kapitalisasi pasar hingga Rp 157,63 miliar.

Pada 2019, Jeffrey Ng dan investor Patrick Waluyo mengakuisisi 51% saham Bank Artos lewat perusahaan PT Metamorfosis Ekosistem Indonesia dan Wealth Track Technology Limited. Keduanya kemudian menjadi pemegang saham pengendali. Pada 2020, raksasa teknologi Gojek lewat PT Dompot Karya Anak Bangsa (Gopay) mengakuisisi kira-kira 22,16% saham

bank tersebut. Pengambilalihan saham ini menandai integrasi antara Bank Artos dan layanan dompet elektronik Gopay.

Bank Artos mulai berubah menjadi Bank Jago secara resmi pada 2020, seiring dengan transformasi digital yang ditempuh. Seiring dengan perubahan ini, bank tersebut menggeser kantor pusatnya ke ibu kota. Transformasi digital ini bermuara ke peluncuran aplikasi seluler Jago pada 2021 yang memfasilitasi pengelolaan keuangan untuk para nasabahnya. Selain dengan Gopay, Bank Jago juga menjalin kemitraan dengan perusahaan investasi rintisan PT Bibit Tumbuh Bersama (BIBIT)⁶⁷

Fitur pada Bank Jago

a. Kantong Nabung dan Bayar

Di bank jago pengguna bisa mengatur tabungannya dalam beberapa kantong terpisah sesuai kebutuhan, pengguna

Bank Jago bisa membuat hingga 40 kantong. Di Bank Jago bisa membuka rekening secara gratis dan tanpa biaya admin

bulanan, rekening Bank Jago bisa dihubungkan dengan kartu debit, QRIS, Gojek dan Bibit.

b. Deposito

Pengguna bank jago bisa menabung jangka panjang minimal Rp1.000.000 dengan bunga 5% p.a. bunga deposito bisa cair tiap bulan

⁶⁷ <https://www.jago.com>, diakses pada 10 Oktober 2023

c. Kartu debit jago GPN

Metode pembayaran non-tunai untuk berbagai transaksi offline di Indonesia. Kartu Debit Jago GPN bisa dibuat lewat aplikasi Jago kapan saja nanti kartu diantar ke alamat tujuan. Pengiriman kartu ke wilayah Jabodetabek maksimal 3 hari kerja, kota-kota besar di luar Jabodetabek maksimal 5 hari kerja dan kota-kota lainnya maksimal 14 hari kerja.

B. Penyajian Data

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, dimana dalam analisis ini memberikan gambaran detail mengenai individu, gejala, keadaan, dan kelompok tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen dalam bentuk kuesioner (angket) berupa pernyataan. Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan berjumlah 20 pernyataan diantaranya 4 pernyataan dari variabel X_1 , 6 pernyataan dari variabel X_2 , 5 pernyataan dari variabel X_3 , dan 5 pernyataan dari variabel Y. Kuesioner yang dibagikan kepada responden (nasabah bank digital) berisikan pernyataan mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Data Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	
		F	%
1	Laki-Laki	19	19%
2	Perempuan	81	81%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2024

Berdasarkan rekapitulasi data yang sudah dipaparkan di atas diketahui frekuensi persebaran responden berdasarkan jenis kelaminnya menunjukkan bahwa 19 responden berjenis kelamin laki-laki dan 81 responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan lebih besar daripada jumlah responden laki-laki. Hal ini dikarenakan perempuan lebih pintar mengelola uang dan perempuan lebih mandiri secara finansial daripada laki-laki sehingga memiliki rekening bank digital dapat memberikan kontrol lebih besar atas keuangan pribadi mereka.

2. Responden Berdasarkan Fakultas

Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan fakultas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Data Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Responden	
		F	%
1	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	54	54%
2	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	28	28%
3	Fakultas Dakwah	11	11%
4	Fakultas Syariah	6	6%
5	Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2024

Berdasarkan rekapitulasi data yang sudah dipaparkan di atas diketahui frekuensi persebaran responden berdasarkan fakultas menunjukkan bahwa 54 responden berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 28 responden berasal dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, 11 responden berasal dari Fakultas Dakwah, 6 responden berasal dari Fakultas Syariah, dan 1 responden berasal dari Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Humaniora. Berdasarkan data tersebut responden paling banyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hal ini dikarenakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih update mengenai perbankan berbasis digital daripada mahasiswa fakultas lain.

3. Jenis Bank Digital yang Digunakan

Responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Uraian dari jenis bank digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 3
Data Responden Berdasarkan Bank Digital yang Digunakan

No	Jenis Bank Digital	Responden	
		F	%
1	Sea Bank	40	40%
2	Neo Bank	20	20%
3	Allo Bank	17	17%
4	Blu by BCA	12	12%
5	Line Bank	6	6%
6	Bank Jago	3	3%
7	Jenius	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner, diolah 2024

Berdasarkan rekapitulasi data yang sudah dipaparkan di atas diketahui frekuensi jenis bank digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah SeaBank dengan persentase 40% atau setara dengan 40 responden, 20 responden menggunakan bank digital Neo Bank, 17 responden menggunakan bank digital Allo Bank, 12 responden menggunakan bank digital Blu By BCA, 6 responden menggunakan bank digital Line Bank, 3 responden menggunakan bank digital Bank Jago, dan 2 responden lainnya menggunakan bank digital Jenius. Berdasarkan data tersebut bisa disimpulkan bahwa jenis bank digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah SeaBank hal ini dikarenakan SeaBank memiliki kerjasama dengan salah satu *market place* terbesar di Indonesia yaitu shopee.

C. Analisis dan Pengajuan Hipotesis

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan dengan jumlah/total keseluruhan tanggapan pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel.

Untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat menggunakan perbandingan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan pengambilan keputusan berdasarkan taraf signifikan menggunakan *degree of freedom* (df). Adapun rumusnya yaitu $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi besarnya 5%. Sebuah instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam penelitian ini nilai n adalah besarnya sampel yaitu 100 sehingga diperoleh $df = 98$ dengan taraf signifikan 5%, maka diketahui r_{tabel} sebesar 0,196 sehingga ketika $r_{hitung} > 0,196$ dapat dikatakan valid. Berikut dilampirkan hasil uji validitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X₁)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.624**	.465**	.642**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.624**	1	.589**	.683**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.465**	.589**	1	.570**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.642**	.683**	.570**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.808**	.852**	.821**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel

bahwa pernyataan pertama diketahui $0,808 > 0,196$ hal ini dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui $0,852 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga diketahui $0,821 > 0,196$ juga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan pernyataan keempat dinyatakan valid karena diketahui nilai $0,851 > 0,109$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X₁ yaitu persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan bank digital studi kasus pada nasabah

bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dinyatakan valid.

Tabel 4. 5
Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_ X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.563**	.170	.416**	.470**	.364**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.090	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.563**	1	.314**	.485**	.582**	.537**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.170	.314**	1	.343**	.313**	.313**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.090	.001		.000	.002	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.416**	.485**	.343**	1	.612**	.574**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.470**	.582**	.313**	.612**	1	.645**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.364**	.537**	.313**	.574**	.645**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_ X2	Pearson Correlation	.697**	.783**	.583**	.778**	.798**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama dinyatakan valid karena memiliki nilai $0,697 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua diketahui nilai $0,783 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan ketiga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

dengan nilai $0,583 > 0,196$. Pada pernyataan keempat diketahui nilai $0,778 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kelima diketahui $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai $0,798 > 0,196$ maka dinyatakan valid. Dan pernyataan keenam juga dinyatakan valid dengan nilai $0,757 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X_2 yaitu persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dinyatakan valid.

Tabel 4. 6
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X_3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_ X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.656**	.748**	.657**	.662**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.656**	1	.668**	.602**	.560**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3..3	Pearson Correlation	.748**	.668**	1	.695**	.756**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3..4	Pearson Correlation	.657**	.602**	.695**	1	.562**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3..5	Pearson Correlation	.662**	.560**	.756**	.562**	1	.834**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_ X3	Pearson Correlation	.872**	.820**	.912**	.819**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama dinyatakan valid karena memiliki nilai $0,872 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai $0,820 > 0,196$. Pada pernyataan ketiga diketahui nilai $0,912 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan keempat diketahui $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai $0,819 > 0,196$ maka dinyatakan valid. Dan pernyataan kelima juga dinyatakan valid dengan nilai $0,834 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X_3 yaitu kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dinyatakan valid.

Tabel 4. 7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Menggunakan (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_ Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.572**	.482**	.534**	.590**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.572**	1	.417**	.562**	.562**	.744**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.482**	.417**	1	.689**	.649**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.534**	.562**	.689**	1	.834**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.590**	.562**	.649**	.834**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_ Kep.Meng	Pearson Correlation	.751**	.744**	.814**	.893**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat pada tabel bahwa pernyataan pertama dinyatakan valid karena memiliki nilai $0,751 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan kedua dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai $0,744 > 0,196$. Pada pernyataan ketiga diketahui nilai $0,814 > 0,196$ dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada pernyataan keempat diketahui $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai $0,893 > 0,196$ maka dinyatakan valid. Dan pernyataan kelima juga dinyatakan valid dengan nilai $0,889 > 0,196$ yang berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel Y yaitu keputusan menggunakan dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital

(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator yang telah melalui pengujian validitas dan dinyatakan valid. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70, walaupun nilai 0,60 – 0,70 masih dapat diterima.⁶⁸ Dalam penelitian ini tingkat atau taraf signifikan menggunakan 0,60 yang setara dengan 0,6 dengan ketentuan jika nilai *Alpha* > 0,6 maka dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai *Alpha* < 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel atau tidak memenuhi syarat hasil dari *Cronbach Alpha*. Berikut dilampirkan hasil uji reliabilitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 8
Hasil Pengujian Variabel X₁

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

⁶⁸ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 46

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari *Cronbach Alpha* adalah 0,84. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu $0,84 > 0,60$.

Tabel 4. 9
Hasil Pengujian Variabel X_2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	6

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari *Cronbach Alpha* adalah 0,81. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan manfaat (X_2) dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu $0,81 > 0,60$.

Tabel 4. 10
Hasil Pengujian Variabel X₃

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari *Cronbach Alpha* adalah 0,90. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kepercayaan (X₃) dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu 0,90 > 0,60.

Tabel 4. 11
Hasil Pengujian Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas diketahui nilai yang diperoleh dari *Cronbach Alpha* adalah 0,87. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan menggunakan (Y) dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank

Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yaitu $0,87 > 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi linear yang digunakan.⁶⁹ Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak berdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias.⁷⁰ Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan dua metode yaitu uji grafik normal probability plot dan uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Pada uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*, jika diperoleh nilai signifikansi > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal secara multivariate. Pada uji grafik normal probability plot, apabila pada grafik normal probability plot terlihat titik-titik

⁶⁹ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 56

⁷⁰ Hengky Latan, 56

menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan residual data memiliki distribusi normal. Berikut dilampirkan hasil uji normalitas yang sudah peneliti dapatkan:

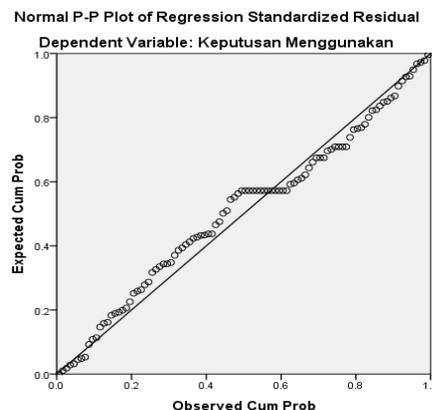
Tabel 4. 12
Hasil uji statistik One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00941051
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.068
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov* diatas dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dengan perolehan nilai signifikansi sebesar 0,071. Hasil tersebut lebih dari taraf signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4. 13
Hasil Uji grafik normal probability plot



Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Dari hasil uji grafik normalitas P-Plot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak jauh melebar dari garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dan uji grafik normalitas P-Plot dapat disimpulkan bahwa pada uji tes normalitas pada penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) adalah terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan dengan tahapan uji berikutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji asumsi klasik multikolinearitas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolonieritas adalah nilai

Tolerance harus > 0.10 dan $VIF < 10$.⁷¹ Berikut dilampirkan hasil uji multikolinearitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 14
Hasil Pengujian Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.449	1.681		2.051	.043		
	Kemudahan Penggunaan	-.082	.149	-.060	-.547	.586	.336	2.974
	Manfaat	.442	.103	.473	4.305	.000	.341	2.932
	Kepercayaan	.390	.080	.435	4.877	.000	.518	1.931

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas, bisa diketahui nilai *Tolerance* dan VIF variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) memperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,336 dan nilai VIF sebesar 2,974. Pada variabel persepsi manfaat (X_2) diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,341 dan nilai VIF sebesar 2,932. Pada variabel kepercayaan (X_3) diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,518 dan nilai VIF sebesar 1,931. Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil yang didapatkan nilai *Tolerance* dan nilai VIF dari setiap variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital

⁷¹ Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 63

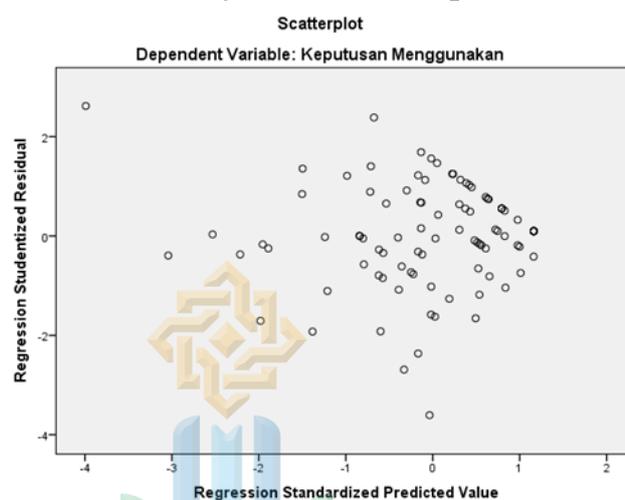
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas karena nilai *Tolerance* setiap variabel independen > 0.10 dan nilai VIF setiap variabel independen < 10 . Dengan hasil tersebut berarti sudah layak untuk melanjutkan uji berikutnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian menggunakan uji statistik glejser dan uji grafik *Scatterplot*. Uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model regresi. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas. Sedangkan uji grafik *Scatterplot* yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem

heteroskedastisitas.⁷² Berikut dilampirkan hasil uji heteroskedastisitas yang sudah peneliti dapatkan:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Grafik Scatterplot



Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil uji grafik *Scatterplot* diatas menunjukkan bahwa plot terdistribusi secara merata diatas dan di bawah sumbu 0 dan tidak membentuk suatu pola, sehingga dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Akan tetapi untuk menguatkan hasil uji ini perlu dilakukan uji statistik glejser.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Statistik Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.596	1.094		4.199	.000
	Kemudahan Penggunaan	.009	.097	.016	.095	.924
	Manfaat	-.080	.066	-.201	-1.203	.232
	Kepercayaan	-.044	.048	-.119	-.904	.368

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

⁷² Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), 66

Berdasarkan hasil uji statistik glejser diatas, dapat diketahui nilai signifikan dari semua variabel independen memiliki nilai signifikansi $>0,05$, variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) memperoleh nilai signifikansi 0,924. Pada variabel persepsi manfaat (X_2) memperoleh nilai signifikansi 0,232. Dan pada variabel kepercayaan (X_3) memperoleh nilai signifikansi 0,368.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji grafik *Scatterplot* dan hasil uji statistik glejser dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan dalam penelitian mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) tidak terjadi problem heteroskedastisitas dan sudah layak dilanjutkan dengan uji berikutnya.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui nilai t_{tabel} didapatkan dengan rumus $t_{tabel} = (a/2; n-k-1)$. nilai n adalah jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 orang. Nilai k adalah jumlah variabel independen yaitu 3. Sehingga diperoleh nilai $df = 100-3-1$ diperoleh hasil $df = 96$. Untuk nilai a yaitu tingkat kepercayaan penelitian yaitu $0,05 / 2 = 0,025$. Sehingga dapat diketahui bahwa nilai t_{tabel} dari $df = 96$ dengan tingkat kepercayaan $0,05$ adalah 1,985. Hasil uji t (parsial) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 17
Uji Hipotesis dengan Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.449	1.681		2.051	.043
	Kemudahan Penggunaan	-.082	.149	-.060	-.547	.586
	Manfaat	.442	.103	.473	4.305	.000
	Kepercayaan	.390	.080	.435	4.877	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Analisis Uji t sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada

Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Hipotesis:

Ho₁: Variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Ha₁: Variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $-0,547$ dan nilai signifikansi $0,586$ maka dapat disimpulkan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dengan nilai $-0,547 < 1,985$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Hipotesis:

H_{02} : Variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_{a2} : Variabel persepsi manfaat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,305 dan nilai signifikansi 0,00 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $4,305 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Hipotesis:

H_{03} : Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

H_{a3} : Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,877 dan nilai signifikansi 0,000 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $4,877 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang digunakan pada uji f (simultan) dalam penelitian ini yaitu:

H_{04} : Variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan bank digital

(studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai

Haji Achmad Siddiq Jember)

H_{a4} : Variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Untuk mengetahui nilai F_{tabel} didapatkan dengan rumus $F_{tabel} = k ; n-k$. Nilai k adalah jumlah variabel independen yaitu 3. Nilai n adalah jumlah sampel yang digunakan

yaitu sebanyak 100 orang. Sehingga diperoleh nilai $F_{tabel} = 3 ; 100-3$ diperoleh hasil $F_{tabel} = 3 ; 97$. Jika dilihat dari distribusi F_{tabel} nilai dari $3 ; 97$ yaitu sebesar 2,70. Hasil uji f (simultan) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 18
Hipotesis dengan Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	571.142	3	190.381	49.023	.000 ^b
	Residual	372.818	96	3.884		
	Total	943.960	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan						

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 25

Berdasarkan hasil output diatas, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 49,02 dan nilai signifikansi 0,00 maka dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $49,02 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya semua variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel

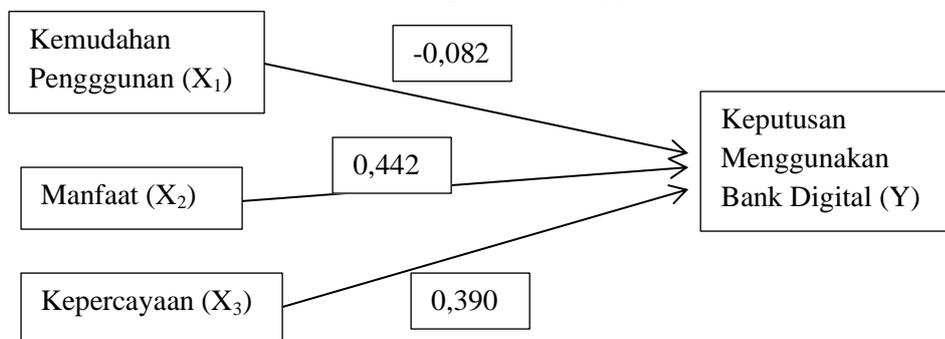
independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Pada penelitian ini akan menguji analisis regresi linier berganda pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1), persepsi manfaat (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap keputusan menggunakan bank digital (Y). Hasil uji regresi linear dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Uji Hipotesis dengan Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.449	1.681		2.051	.043
	Kemudahan Penggunaan	-.082	.149	-.060	-.547	.586
	Manfaat	.442	.103	.473	4.305	.000
	Kepercayaan	.390	.080	.435	4.877	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23



Berdasarkan hasil output diatas, diperoleh persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 3,449 + (-0,082) + 0,442 + 0,390 + e$$

$$Y = 4,199 + e$$

Dari persamaan tersebut maka dapat diuraikan :

- a. Koefisien konstanta bernilai positif yaitu sebesar 3,449, hal ini menunjukkan bahwa pada variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan (X_1), persepsi manfaat (X_2), dan kepercayaan (X_3) sebesar 0 persen dan tidak mengalami perubahan maka nilai konstan sebesar 3,449. Jadi dapat disimpulkan nilai variabel independen mempengaruhi nilai variabel dependen.
- b. Nilai b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar -0,082 menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel keputusan menggunakan bank digital (Y). hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) naik maka nilai variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) akan turun sebesar 0,082.
- c. Nilai b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,442 menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel persepsi manfaat (X_2) naik maka nilai variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,442

d. Nilai b_3 (nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,390 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai variabel kepercayaan (X_3) naik maka nilai variabel keputusan menggunakan bank digital (Y) juga mengalami peningkatan sebesar 0,390.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen, dengan kata lain nilai dari koefisien determinasi bisa digunakan seberapa besar pengaruh variabel independen yang terdiri dari persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu keputusan menggunakan bank digital studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember). Hasil uji koefisien determinasi atau (R^2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 20
Uji Hipotesis dengan Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.593	1.971
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan				

Sumber: Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui nilai R Square adalah 0,605 yang artinya bahwa semua variabel independen

(persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan menggunakan bank digital sebesar 60,5%. Sedangkan 39,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan mempengaruhi sebesar 60,5% terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi seorang individu tentang seberapa mudah teknologi itu digunakan. Semakin mudah teknologi digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi diterima oleh pengguna. Variabel persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah persepsi seorang nasabah bank digital tentang seberapa mudah menggunakan bank digital.

Pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) mempunyai 4 indikator yang digunakan diantaranya adalah: 1)

Kemudahan Belajar, adalah persepsi nasabah mengenai sejauh mana bank digital mudah untuk dipelajari terkait fitur, produk dan layanan dari bank digital. 2) Kemudahan Penggunaan, adalah persepsi nasabah mengenai sejauh mana bank digital mudah untuk digunakan. 3) Ketersediaan Dukungan Teknis, adalah ketersediaan bantuan teknis ketika nasabah mengalami kesulitan dalam menggunakan bank digital. 4) Ketersediaan Sumber Daya, adalah ketersediaan seperti perangkat lunak, software pada bank digital guna memudahkan dalam mengoperasikannya.

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar $-0,547$ dan nilai signifikansi $0,586$ maka dapat disimpulkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai $-0,547 < 1,985$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak artinya pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan penggunaan (X_1) tidak berpengaruh pada keputusan menggunakan bank digital.

Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk menggunakan bank digital. Hal ini berarti berbagai kemudahan yang ditawarkan bank digital tidak mempengaruhi mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam menggunakan dan memanfaatkan produk dan layanan perbankan yang disediakan oleh aplikasi bank digital tersebut. Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap jawaban responden, beberapa pengguna bank digital mengalami kesulitan

berkomunikasi dengan *customer service* saat membutuhkan bantuan. Hal tersebut berkaitan dengan salah satu indikator dari persepsi kemudahan penggunaan yaitu ketersediaan dukungan teknis yang memperoleh nilai paling rendah daripada indikator yang lain. Beberapa pengguna juga kerap mengalami error atau gangguan sistem ketika menggunakan bank digital, hal ini yang membuat persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh

Hasil penelitian ini tidak membuktikan teori TAM, menurut teori TAM yang dikembangkan oleh Daffid menyatakan bahwa salah satu faktor utama adopsi teknologi baru oleh pengguna dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Semakin mudah suatu sistem atau teknologi untuk digunakan maka semakin tinggi kemungkinan adopsi teknologi oleh pengguna. Oleh karena itu dalam pengembangan bank digital penting untuk memastikan bahwa bank digital dibuat dengan mempertimbangkan indikator persepsi kemudahan penggunaan diantaranya adalah kemudahan belajar, kemudahan penggunaan, ketersediaan dukungan teknis, dan ketersediaan sumber daya agar mudah digunakan oleh pengguna dan dapat membantu pengguna dalam melakukan tugas-tugas mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nopy Ernawati dan Lina Noersanti pada tahun 2020 yang menyebutkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak

berpengaruh terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO.⁷³ Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicky, Rudy, dan Sjendry pada tahun 2023 yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan e-payment QRIS.⁷⁴

2. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Persepsi manfaat adalah persepsi individu mengenai sejauh mana teknologi dapat membantu dalam melakukan tugas-tugas dan mencapai tujuan mereka. Variabel persepsi manfaat dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah bank digital mengenai sejauh mana bank digital dapat membantu dalam melakukan aktivitas keuangan mereka seperti transfer, menabung, investasi, dll.

Pada penelitian ini variabel persepsi manfaat (X_2) mempunyai 4 indikator yang digunakan diantaranya adalah: 1) Efektifitas Teknologi, adalah persepsi nasabah mengenai sejauh mana bank digital efektif dalam memenuhi kebutuhan nasabah. 2) Keuntungan Teknologi, adalah persepsi nasabah mengenai manfaat yang diperoleh dalam menggunakan bank digital. 3) Keterkaitan Teknologi dengan Tugas,

⁷³ Nopy Eenawati dan Lina Noersanti, "Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO", *Jurnal Manajemen STEI*, Volume 03 No 02 (September 2020), 35

⁷⁴ Laloan, Wenas, dan Loindong, "The Influence Of Ease Of Use, Perceived Benefits, And Risks On Interest In Qris E-Payment Users In Students Of The Faculty Of Economics And Business, Sam Ratulangi University Manado," *Jurnal EMBA* Vol.11 No.2 (April 2023), 375

adalah persepsi nasabah mengenai sejauh mana bank digital bisa membantu mempercepat layanan produk perbankan. 4) Relevansi Tugas, adalah persepsi nasabah mengenai sejauh mana kemampuan bank digital memenuhi kebutuhan nasabah.

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,305 dan nilai signifikansi 0,00 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $4,305 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pada penelitian ini variabel persepsi manfaat (X_2) mempunyai pengaruh pada keputusan menggunakan bank digital.

Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk menggunakan bank digital. Bank digital memberikan manfaat dan keuntungan pada nasabah sehingga mereka merasa terbantu dengan adanya bank digital. Semakin besar manfaat yang ditawarkan bank digital maka akan meningkatkan ketertarikan seseorang untuk menggunakannya. Persepsi manfaat terhadap suatu teknologi dapat dilihat dari kecenderungan seseorang dalam menggunakannya. Nasabah yang menggunakan bank digital terus menerus menunjukkan adanya kepuasan pada produk dan layanan dari bank digital dan merasa mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas keuangan mereka.

Hasil penelitian ini membuktikan teori TAM yang dikembangkan oleh David, dimana faktor persepsi manfaat

mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi baru. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa semakin bermanfaat sistem atau teknologi bagi pengguna, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya dalam penelitian ini adalah bank digital. Manfaat yang diperoleh pengguna bank digital diantaranya adalah efektivitas bank digital, dimana bank digital mampu memberikan pelayanan produk keuangan secara digital dan membantu pengguna mengelola keuangan mereka. Menggunakan bank digital juga memberi keuntungan bagi pengguna misalnya tidak ada potongan biaya admin tiap bulan dan tidak ada biaya transfer antar bank. Adanya bank digital membuat pekerjaan pengguna lebih efisien karena pelayanan bank digital bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan berbagai manfaat dan kemudahan yang diperoleh tersebut, pengguna dapat memutuskan menggunakan bank digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Rodiah dan Inaya Sari Melati pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Wallet* pada generasi milenial Kota Semarang.⁷⁵

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Qoes Atieq dan Eva Nurpaini pada tahun 2023 yang menyatakan

⁷⁵ Siti Rodiah dan Inayaah Sari Melati, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang," *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, Vol 1 NO 2 (2020), 76, <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>

bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking⁷⁶

3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Kepercayaan individu terhadap teknologi akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, yang pada gilirannya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakannya. Variabel kepercayaan dalam penelitian ini adalah dimana nasabah bank digital percaya akan keamanan, hukum, dan pengawasan mengenai bank digital.

Pada penelitian ini variabel kepercayaan (X_3) mempunyai 3 indikator yang digunakan diantaranya adalah: 1) Berintegritas, adalah perasaan yakin nasabah akan sistem bank digital. 2) Dapat Diandalkan, adalah persepsi nasabah mengenai keyakinan sistem bank digital dapat diandalkan atau tidak. 3) Dapat Dipercaya, persepsi nasabah mengenai keyakinan sistem bank digital dapat dipercaya atau tidak dan sejauh mana bank digital mampu menjalankan tugasnya.

Berdasarkan hasil Uji T (Parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,877 dan nilai signifikansi 0,00 maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $4,877 > 1,985$ dan nilai signifikansi $< 0,05$

⁷⁶ Muhammad Qoes Atieq dan Eva Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 2, no. 1 (2 Juli 2022): 401–23, <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>.

yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pada penelitian ini variabel kepercayaan (X_3) mempunyai pengaruh pada keputusan menggunakan bank digital.

Variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk menggunakan bank digital. Kepercayaan individu terhadap bank digital akan mempengaruhi persepsi mereka tentang manfaat dan kemudahan penggunaan bank digital, yang nantinya akan mempengaruhi niat dan kemauan mereka untuk menggunakannya. Jika kepercayaan individu terhadap bank digital menurun, hal ini dapat mengakibatkan penurunan jumlah nasabah. Bank digital perlu menjaga kepercayaan nasabah dengan cara terus meningkatkan keamanan sistem dari bank digital karena semua layanan bank digital dilakukan melalui online.

Bank digital dapat dipercaya pengguna karena bank digital sudah mendapatkan izin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan sehingga pengguna percaya bertransaksi menggunakan bank digital akan aman. Selain itu bank digital juga dapat diandalkan karena bank digital dapat menjaga keamanan data pribadi pengguna dan menjaga keamanan saldo rekening dalam jangka panjang sehingga pengguna mempunyai keyakinan bahwa bank digital aman dan nyaman untuk digunakan sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan bank digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh John Fernos dan Mairizal Alfadino pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat cabang Koto Baru, Dharmasraya.⁷⁷ Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Noersanti pada tahun 2020 yang menyebutkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO⁷⁸

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

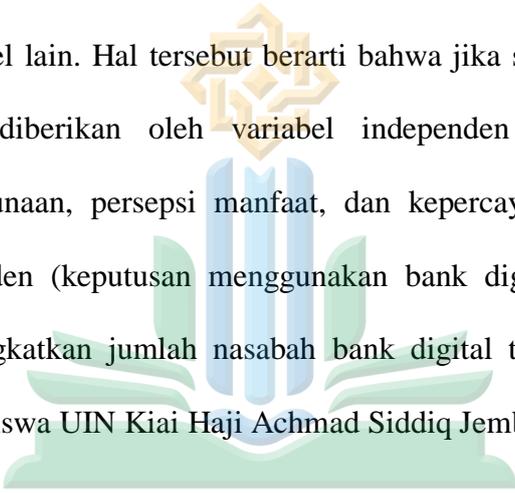
Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $49,02 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima artinya semua variabel independen yang terdiri dari Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1), persepsi Manfaat (X_2), dan Kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap

⁷⁷ John 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 Koto Baru, Dharmasraya," *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, Vol. 16, No. 2 (Juli 2021), 122, <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>

⁷⁸ Nopy Eenawati dan Lina Noersanti, "Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO", *Jurnal Manajemen STEI*, Volume 03 No 02 (September 2020), 35

Keputusan Menggunakan Bank Digital (studi kasus pada nasabah bank digital mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember).

Pada Uji Koefisien Determinasi, nilai *R Square* diperoleh sebesar 0,605 yang artinya bahwa semua variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan menggunakan bank digital sebesar 60,5%. sedangkan 39,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Hal tersebut berarti bahwa jika semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan bank digital) maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah bank digital terutama pada kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Berdasarkan analisis data dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan:

1. Persepsi kemudahan penggunaan terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Faktor kemudahan belajar, kemudahan penggunaan, ketersediaan dukungan teknis, dan ketersediaan sumber daya tidak mempengaruhi mahasiswa dalam memutuskan menggunakan bank digital. Hal ini dikarenakan sebagian mahasiswa masih belum tahu tentang bank digital sudah terlalu nyaman dengan bank konvensional dan menganggap bank konvensional sangat mudah dalam menggunakannya sehingga mereka enggan mencoba menggunakan bank digital.
2. Persepsi manfaat terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan bank digital dibentuk oleh efektivitas teknologi, keuntungan teknologi, keterkaitan teknologi dengan tugas, dan relevansi tugas. Persepsi manfaat menentukan

keputusan nasabah untuk menggunakan bank digital yang berarti semakin besar manfaat yang ditawarkan bank digital maka semakin meningkatkan ketertarikan seseorang untuk menggunakan bank digital.

3. Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Achmad Siddiq Jember. Kepercayaan nasabah dalam menggunakan bank digital disebabkan karena bank digital berintegritas, dapat diandalkan, dan dapat dipercaya. Semakin besar kepercayaan nasabah pada bank digital maka semakin besar kemungkinan mereka menggunakannya secara terus-menerus.
4. Berdasarkan hasil uji f (simultan) menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Achmad Siddiq Jember. Hal ini dapat disimpulkan jika semakin besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan bank digital) maka akan dapat meningkatkan jumlah nasabah bank digital terutama pada kalangan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Industri Bank Digital

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan tambahan informasi atau sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan perusahaan bank digital khususnya pihak manajemen dan bagi para praktisi perbankan, serta penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan pembuatan keputusan untuk memaksimalkan sistem aplikasi bank digital yang akan disediakan untuk nasabah, agar nasabah merasa puas akan pelayanan dari aplikasi bank digital.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama, semoga penelitian ini bisa jadi referensi dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain atau memperluas obyek penelitian sehingga informasi yang didapat akan lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan aplikasi bank digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. “Tren Belanja Pakai Uang Elektronik Tumbuh 1.000% 5 dalam Tahun Terakhir”
”<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/tren-belanja-pakai-uang-elektronik-tumbuh-1000-dalam-5-tahun-terakhir> diakses pada tanggal 9 Oktober 2023
- Akhyar, R. A., & Sisilia, K. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3944-3954.
- Allo Bank, <https://www.allobank.com> diakses pada 10 Oktober 2023
- Ananda, H. W., Masrohatin, S., Amalia, R. L., & Aini, L. Q. (2023). Transformasi Digital Branch dalam Upaya Peningkatan Layanan di Era Society 5.0 pada Bank Mandiri Jemberpada Bank Mandiri Jember. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 3(1).
- Apriwandi, A., Christine, D., Wijaya, A., Kartadjumena, E., Sherlita, E., & Fathonah, A. N. (2023). Pengaruh Perspesi Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi (Studi Pada Pelaku UMKM Kota Bandung). *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(2), 128-136.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking bank syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 401-423.
- Bank Jago <https://www.jago.com>, diaksespada 10 Oktober 2023
- Dhanang Ariyanto, “Pengaruh Persepsi kemudahan, Manfaat, Keamanan, dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Syariah Linkaja Pada Mahasiswa Se-Solo Raya” Skripsi UIN Raden Mas Said, 2023
- Eneizan, B. I. L. A. L., Alsaad, A. B. D. A. L. L. A. H., Alkhalwaldeh, A., Rawash, H. N., & Enaizan, O. (2020). E-wom, trust, usefulness, ease of use, and online shopping via websites: the moderating role of online shopping experience. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(13), 2554-2565.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.

- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(2), 115-125.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat Dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 172-182.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22-33.
- Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014
- Hidayat, N. S. N. (2019). The Development Of Asset Liquidity Management Learning Based On Online Research And Trade As A Financial Inclusion Strategy For Students.
- Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022
- Lahagu, R., & Binangkit, I. D. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 532-546.
- Laloan, W., Wenas, R., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat apengguna E-Payment QRIS pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 375-386.
- Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015
- Manfarisa, Nasy. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah" Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2022
- Ningsih, H. A., M Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap

Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Ikraith-ekonomika*, 4(1), 1-9.

Oswaldo, Ignacio Geordi. "Bank Digital Genjot Layanan, Permudah Nasabah Kelola Keuangan" <https://finance.detik.com/moneter/d-6636309/bank-digital-genjot-layanan-permudah-nasabah-kelola-keuangan> diakses pada tanggal 2 Oktober 2023

Otoritas Jasa Keuangan, <https://ojk.go.id> , diakses pada 10 Oktober 2023

Pahlevi, Rezai. "Apa Alasan Konsumen Gunakan Bank Digital? Ini Hasil Surveinya" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/08/apa-alasan-konsumen-gunakan-bank-digital-ini-hasil-surveinya> diakses pada tanggal 12 Maret 2024

Rahel, M., Rokhim, A., & Ahmadiono, A. (2022). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menjadi Nasabah di BMT NU Area Bondowoso I Kabupaten Bondowoso. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(2), 1-15.

Rahman, N. L., Rokhim, A., & Nafis, A. W. (2021). Pengaruh Label Halal, Brand, Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik (Studi Produk Kosmetik Wardah Dan Produk Kosmetik MSI). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 36-47.

Rahmawati, Nisa Setyo. "Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay Pada Mahasiswa Muslim Di Solo Raya". Skripsi UIN Raden Mas Said, 2023

Rizaty, Monavia Ayu. "Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023", <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada> 2023. diakses pada tanggal 9 Oktober 2023

Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.

Saad, B. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Manfaat, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan E-Payment Di Indonesia. *AkunNas*, 18(2).

SeaBank, <https://www.seabank.co.id> diakses pada tanggal 3 Januari 2024

Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis pengaruh customer trust terhadap keputusan menggunakan mobile banking melalui perceived risk dan

perceived usefulness sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670-680.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2013

Sulistia, N. (2021). *Pengaruh kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan shopeepay: studi kasus pada mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram Angkatan Tahun 2017* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).

Syahputri, Y., & Kamal, S. (2020). Analisis Pengaruh Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiwa Febi Iain Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 67-86.

Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*

Wendi, R. S. W., & Julia, E. (2022). Pengaruh Manfaat Persepsian, Kemudahan Persepsian, Dan Risiko Persepsian Terhadap Niat Penggunaan Kartu Atm/Debit. *Journal of Economics and Business (AJEB)*, 1(1)

Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang: CV. Seribu Bintang, 2022

Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen gofood di kota semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 114-125.

Yulitasari, Ni Wayan. "Pengaruh *Trust*, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *E-Banking* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)," Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Lampiran 1

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)	1. Kemudahan belajar 2. Kemudahan penggunaan 3. Ketersediaan dukungan teknis 4. Ketersediaan sumber daya Referensi : Soetam Rizky Wicaksono (2022)	1. Data primer (angket/kuesioner) 2. Data sekunder (e-news, internet, dll.)	1. Pendekatan kuantitatif 2. Jenis penelitian kausal komparatif 3. Teknik sampel menggunakan <i>non probability sampling</i> dengan menggunakan <i>purposive sampling</i> 4. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus <i>lemeshow</i> $n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2p(1 - p)}{d^2}$ 5. Menggunakan skala likert 6. Metode analisis data: <ol style="list-style-type: none"> Uji validitas Uji reliabilitas Uji asumsi klasik Uji normalitas Uji multikolonieritas 	1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember? 2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember? 3. Apakah kepercayaan	1. H_{a1} : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2. H_{a2} : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad
	Persepsi Manfaat (X_2)	1. Efektivitas teknologi 2. Keuntungan teknologi 3. Keterkaitan teknologi dengan tugas 4. Relevansi teknologi				

		Referensi: Soetam Rizky Wicaksono (2022)		f. Uji heteroskedastisitas g. Uji hipotesis h. Uji T i. Uji F j. Uji R^2 k. Analisis regresi linier berganda	berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?	Siddiq Jember
	Kepercayaan (X_3)	1. Berintegritas 2. Dapat diandalkan 3. Dapat dipercaya Referensi: Bilal Eneizan, Abdallah Alsaad, Abdelbaset Alkhalwaldeh dkk.			4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember?	3. H_{a3} : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
	Keputusan Menggunakan (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Mencari informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan penggunaan 5. Perilaku pasca penggunaan Referensi: Philip Kotler				4. H_{a4} : terdapat pengaruh signifikan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan kepercayaan terhadap keputusan menggunakan bank digital pada mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Lampiran 2**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Damayanti

Nim : 201105010016

Prodi Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)”** adalah benar – benar hasil karya saya kecuali kutipan – kutipan yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 10 Mei 2024



Ika Damayanti

NIM. 201105010016

Lampiran 3**KUESIONER PENELITIAN****Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember)**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, nama saya Ika Damayanti mahasiswi semester 7 Prodi Perbankan Syariah UIN KH. Achmad Siddiq Jember. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital”.

Kriteria dalam pengisian kuesioner ini adalah:

1. Mahasiswa UIN KH. Achmad Siddiq Jember
2. Mempunyai rekening Bank Digital
3. Pernah menggunakan fitur dan layanan bank digital

Contoh dari Bank Digital diantaranya adalah Bank Jago, Jenius, Allo Bank, Sea Bank, Neo Bank, Blu by BCA, Livin by Mandiri, Line Bank, Digibank, dll.

Saya harap saudara/i dapat mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Partisipasi kalian merupakan bantuan yang sangat besar bagi penelitian ini. Atas perhatian dan ketersediaan waktu kalian, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Nama:

Jenis kelamin:

Usia:

Prodi:

NIM:

Fakultas:

Angkatan:

Bank Digital yang digunakan saat ini:

- a) Seabank
- b) Neo Bank
- c) Allo Bank
- d) Jenius
- e) Line Bank
- f) Blu by BCA
- g) Bank Jago

Daftar Pertanyaan

No	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₁)	STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi bank digital mudah dipelajari					
2	Aplikasi bank digital mudah digunakan					
3	Aplikasi bank digital mudah dalam menghubungi <i>customer service</i> ketika meminta bantuan					
4	Aplikasi bank digital mudah dalam mengoperasikannya					
No	Persepsi Manfaat (X ₂)	STS	TS	N	S	SS
1	Bank digital efektif dalam memberikan pelayanan produk keuangan. Contoh: tabungan, investasi, deposito, dll.					
2	Bank digital bermanfaat dalam membantu mengelola keuangan					
3	Bank digital menawarkan banyak promo dan diskon					
4	Bank digital membuat transaksi lebih hemat karena gratis biaya transfer					
5	Bank digital membantu pekerjaan lebih efisien. Contoh: Pembukaan rekening secara online					
6	Fitur dan layanan bank digital bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pengguna					
No	Kepercayaan (X ₃)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin mersa aman bertransaksi menggunakan bank digital					
2	Saya yakin dengan struktur hukum dan teknologi akan melindungi jika					

	ada masalah pada akun bank digital					
3	Saya yakin bank digital dapat menjaga keamanan saldo rekening dalam jangka panjang					
4	Saya yakin bahwa bank digital dapat menjaga keamanan data pribadi					
5	Saya yakin bahwa bank digital sepenuhnya dapat dipercaya					
No	Keputusan Menggunakan (Y)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan bank digital sesuai dengan kebutuhan					
2	Sebelum saya menggunakan bank digital, saya mencari informasi mengenai keunggulan bank digital					
3	Saya menggunakan bank digital menjadi alternatif dari bank konvensional					
4	Saya merasa menggunakan bank digital adalah keputusan yang tepat					
5	Saya merasa puas menggunakan bank digital dan akan terus menggunakannya					

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Lampiran 4



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)
 Jl. Mataram 1 Mangli, Kaliwates, Jawa Timur Indonesia Kode Pos 68136 Telp: (0331) 487550
 Fax: (0331) 427005, 68136, email : lp2m@uinkhas.ac.id, website : <http://www.uinkhas.ac.id>



Nomor : B-8003/Un.22/L.1/PP.00.9/12/2023
 Lampiran : -
 Hal : **Ijin Penelitian**

28 Desember 2023

Kepada Yth.

Rektor UIN KHAS Jember

Di Tempat

Dengan hormat,

Memperhatikan Surat Permohonan saudara Ika Damayanti perihal Permohonan Ijin Penelitian tertanggal 28 Desember 2023, bersama ini kami sampaikan bahwa agar sedapatnya nama berikut:

Nama : Ika Damayanti
 NIP/NUP/NIM : 201105010016
 Prodi/Fakultas : Mahasiswa Perbankan Syariah/FEBI

Dijinkan untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) sejak tanggal 28 Desember 2023 s/d 28 Januari 2023.

Demikian surat permohonan ini, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Tembusan:

1. Kabiro;
2. Fakultas;
3. Kabag Akademik dan Umum;
4. Yang bersangkutan;
5. Arsip.

Lampiran 5



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)
 Jl. Mataram 1 Mangli, Kaliwates, Jawa Timur Indonesia Kode Pos 68136 Telp: (0331) 487550
 Fax: (0331) 427005, 68136, email : lp2m@uinkhas.ac.id, website : <http://www.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN
NOMOR: B-1585 /Un.22/L.1/PP.00.9/3/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Zainal Abidin, S.Pd.I, M.S.I.
 NIP : 198106092009121004
 Jabatan : Ketua LP2M UIN KHAS Jember
 Unit Kerja : UIN KHAS Jember

Mengizinkan:

Nama : Ika Damayanti
 NIM : 201105010016
 Prodi/Fakultas : Mahasiswa Perbankan Syari'ah/FEBI

Telah melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Digital Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember) sejak tanggal 28 Desember 2023 sampai dengan 28 Januari 2024.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

14 Maret 2024
 Ketua,



Zainal Abidin

Tembusan :

1. Para Dekan UIN KHAS Jember;
2. Kabiro;
3. Mahasiswa;
4. Yang bersangkutan;
5. Arsip.



* Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.
 Token : FPxge9



Lampiran 6

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER

NO	TANGGAL	KEGIATAN PENELITIAN	PARAF
1	27 Desember 2023	Mengantar surat izin tempat penelitian ke resepsionis rektorat	
2	28 Desember 2023	Mepereloh izin peneitian dari LP2M	
3	30 Desember 2023	Mulai menyebarkan kuesioner secara online ke mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	
4	24 Januari 2024	Penyebaran kuesioner sudah mencapai target	
5	14 Maret 2024	Meminta data jumlah mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	
6	14 Maret 2024	Meminta surat keterangan selesai penelitian ke LP2M	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, Maret 2024

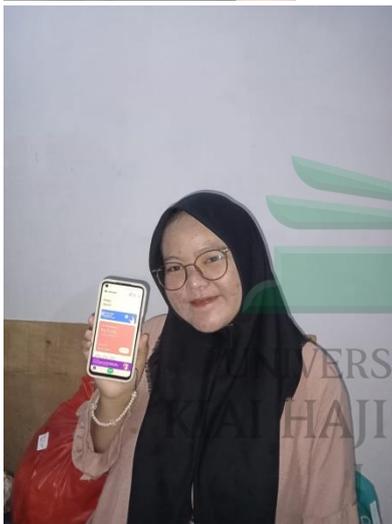
Ketua,




ZAINAL ABIDIN

Lampiran 7

DOKUMENTASI



Lampiran 8

DATA RESPONDEN

Nama	Jenis Kelamin	Prodi	NIM	Angkatan	Bank Digital yang Digunakan
Ayu Suryaningsih	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010003	2020	Line Bank
Danik Fitria Lestari	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010033	2020	Sea Bank
Rina Anggun Pratiwi	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010015	2020	Sea Bank
Silvina	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010032	2020	Sea Bank
Ria Ervina Widari	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010034	2020	Sea Bank
Alfian Andre Setiyawan	Laki-Laki	Perbankan Syariah	201105010012	2020	Sea Bank
berliantinnahdiya ilhami	Perempuan	KPI	204103010055	2020	Blu by BCA
Wardatul husniah	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010002	2020	Allo Bank
Esti Anisa Pratiwi	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010001	2020	Blu by BCA
Ahmad Abdul Gofur	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	204105020088	2020	Neo Bank
Dinah Khoirotul Jannah	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010025	2022	Neo Bank
Raudatul Mardiya	Perempuan	Tadris Matematika	221101070003	2022	Sea Bank
Aldo Deliar Abror	Laki-Laki	Perbankan Syariah	201105010020	2020	Allo Bank
Muhammad Hakim Firdausy	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	D20194041	2019	Bank Jago
Qurrota A'yun	Perempuan	Akuntansi syariah	204105030097	2020	Sea Bank

Zain					
Musdhalifah	Perempuan	HTN	204102030057	2020	Sea Bank
Ariana Millati Oktafia Batutah	Perempuan	Psikologi Islam	214103050053	2021	Neo Bank
Siti Zahrotul Mahnunin	Perempuan	Perbankan syariah	E20191009	2019	Sea Bank
Firman Hadi Saputra	Laki-Laki	Perbankan syariah	204105010038	2020	Jenius
Fifin Ahsinatul Kumala	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010015	2020	Line Bank
Arif pras	Laki-Laki	Perbankan	204105010089	2020	Blu by BCA
Nofal Ainul Yaqin	Laki-Laki	Perbankan Syariah	204105010076	2020	Neo Bank
Venti Kartika Dewi	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010004	2020	Neo Bank
Amelia dita	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010022	2020	Sea Bank
Risa	Perempuan	Perbankan Syari'ah	204105010104	2020	Allo Bank
Rizkiyatul hasanah	Perempuan	Ekonomi Syariah	204105020125	2020	Sea Bank
Dwi Alfina Kurniawati	Perempuan	Ekonomi Syariah	204105020114	2020	Blu by BCA
Khoirul Anwar	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	E20182068	2018	Sea Bank
M aldi bagas irawan	Laki-Laki	Ekonomi Syariah	205105020008	2020	Sea Bank
Dinda Ainun	Perempuan	Ekonomi Syariah	201105020022	2020	Sea Bank
Lailatul Mukaromah	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010099	2020	Sea Bank
Feni Aulia	Perempuan	Ekonomi Syariah	204105020120	2020	Blu by BCA
Riris merlia sugianti	Perempuan	Ekonomi Syariah	201105020002	2020	Blu by BCA
Dewi Silsilatul Arbaiyah	Perempuan	Ekonomi Syariah	20415020032	2020	Sea Bank
Laili Fitriyah	Perempuan	Perbankan syariah	201105010008	2020	Allo Bank

Wilda Al-Aluf	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010014	2020	Allo Bank
Dzifa	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010027	2020	Bank Jago
Irma Hidayati	Perempuan	Akuntansi Syariah	204105030100	2020	Sea Bank
Reza A A	Perempuan	Akuntansi Syariah	201105030026	2021	Sea Bank
Anggraini	Perempuan	HES	201102020018	2020	Sea Bank
Ibnu Aqiel Ichsan	Laki-Laki	Perbankan Syariah	204105010003	2021	Blu by BCA
Laili Dwi Sagita	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010006	2020	Sea Bank
Mutiara	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010007	2020	Neo Bank
Nahdiyatul Muhimah	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010019	2020	Neo Bank
Rifa	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010010	2020	Allo Bank
Anggun Alifa Setiawan	Perempuan	Pendidikan Islam Anak Usia Dini	202101050005	2020	Allo Bank
Halimatus Sya'diyah	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010034	2020	Neo Bank
Ida kasiami	Perempuan	Mazawa	204105040022	2020	Sea Bank
Arief Rudianto	Laki-Laki	PAI	202101010103	2020	Neo Bank
Alfina Najma Damayanti	Perempuan	PIAUD	201101050013	2020	Line Bank
Candra Dewi Ratriningsari	Perempuan	Akuntansi Syariah	204105030114	2020	Sea Bank
Muhammad Sahrul	Laki-Laki	Perbankan Syariah	201105010013	2020	Jenius
Alvia	Perempuan	Tadris IPA	205101100001	2020	Bank Jago
Afifah	Perempuan	Akuntansi Syariah	204105030082	2020	Neo Bank
Deska Fartinia Hertanti	Perempuan	Ekonomi Syariah	204105020025	2020	Neo Bank
Maira Septian Yudinnestira	Perempuan	Perbankan Syariah	204105010071	2020	Blu by BCA
Licia	Perempuan	Tadris IPA	205101100005	2020	Allo Bank
Nirmala	Perempuan	PAI	231101010038	2023	Sea Bank
Fina Ainiyah	Perempuan	Tadris Biologi	212101080020	2021	Allo Bank

Ratih Kurnianengsih	Perempuan	Tadris Biologi	212101080012	2021	Sea Bank
Abdul Latif Robbany	Laki-Laki	Hukum Keluarga	231102010001	2023	Allo Bank
Siti Holifah	Perempuan	Akuntansi Syariah	212105030086	2021	Blu by BCA
Rikha Cahyandira	Perempuan	Hukum Ekonomi Syariah	202102020010	2021	Neo Bank
Fitri Anindya	Perempuan	Hukum Ekonomi Syariah	202102020020	2021	Sea Bank
Ana Maratul	Perempuan	PGMI	232101040040	2023	Line Bank
Safinatun Najah	Perempuan	MPI	221101030009	2022	Neo Bank
Ade Sinta R.	Perempuan	Psikologi Islam	224105040020	2022	Allo Bank
Hafsawati Dayana	Perempuan	MPI	232101030034	2023	Blu by BCA
Andayu Laily Yunita	Perempuan	Psikologi Islam	221103050024	2022	Sea Bank
Isnaini Nuril	Perempuan	Tadris Biologi	221101080018	2022	Sea Bank
Waliyah Eka	Perempuan	PGMI	222101040025	2022	Allo Bank
Risa Hikmatul	Perempuan	Tadris MTK	212101070038	2021	Allo Bank
Siti Fatimah	Perempuan	IAT	212104010042	2021	Neo Bank
Umi Zakiyah	Perempuan	Hukum Pidana Islam	204102040028	2021	Sea Bank
Desi Fitriani	Perempuan	PGMI	21101040004	2021	Neo Bank
Cahyani Lintang	Perempuan	PGMI	234101040002	2023	Blu by BCA
Abel Aulia	Perempuan	PGMI	234101040024	2023	Line Bank
Tya Qurrota A'yun	Perempuan	Psikologi Islam	204103050030	2020	Neo Bank
Anis Hidayatul M.	Perempuan	BKI	222103030001	2022	Allo Bank
Foni Isnaini	Perempuan	Tadris IPS	205101090010	2020	Sea Bank
Ginaniar Berlian Onazis	Perempuan	Psikologi Islam	224103050013	2022	Blu by BCA
Safira	Perempuan	Tadris IPA	222101100019	2022	Sea Bank

Nurmalinda Rahmadita					
Siti Anisa	Perempuan	Pendidikan Bahasa Arab	231101020003	2023	Line Bank
Silviana Wulandari	Perempuan	Tadris IPS	212101090018	2021	Sea Bank
Dimas	Laki-Laki	Manajemen Pendidikan Islam	221101030068	2022	Neo Bank
Moh. Rafli Madani	Laki-Laki	PAI	222101010054	2022	Neo Bank
Muhammad Sodikin	Laki-Laki	Manajemen Dakwah	232103040018	2023	Neo Bank
Firdausatul Umamah	Perempuan	Akuntansi Syariah	211105030011	2021	Sea Bank
Shabrina Elsafira	Perempuan	Tadris Matematika	2122070029	2021	Sea Bank
Evinda Shallianti	Perempuan	KPI	212103010024	2021	Sea Bank
Ummi Habibatul Hidayah	Perempuan	Tadris Bahasa Inggris	222101060037	2022	Sea Bank
Isnaini Nuril Fahmi	Perempuan	Tadris Biologi	221101080018	2022	Sea Bank
Rizky Andara Abi	Laki-Laki	Psikologi Islam	214103050006	2021	Allo Bank
Nabila Afkarina	Perempuan	Tadris Biologi	232101080018	2023	Sea Bank
Shofia Auliya Az	Perempuan	Perbankan Syariah	205105010007	2020	Sea Bank
Amelia Firdaus	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010018	2020	Allo Bank
Siti Maratus	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010021	2020	Sea Bank
Firda Amalia	Perempuan	Perbankan Syariah	201105010023	2020	Allo Bank
Abdul Ghafur	Laki-Laki	Perbankan Syariah	201105010006	2020	Neo Bank
Muhammad Sahrul	Laki-Laki	Perbankan Syariah	201105010013	2020	Sea Bank

Lampiran 9

TABULASI DATA

No	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)				Total_X1	Persepsi Manfaat (X2)						Total_X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
2	2	3	3	2	10	2	3	4	1	3	2	15
3	4	4	3	3	14	2	4	5	4	5	4	24
4	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	3	3	14	3	3	5	5	4	3	23
6	5	5	4	5	19	4	4	4	5	5	5	27
7	5	5	5	5	20	5	5	3	3	4	4	24
8	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
9	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	4	28
10	4	4	4	4	16	4	4	1	4	4	4	21
11	5	3	4	4	16	3	5	5	4	5	5	27
12	5	4	3	4	16	4	4	3	3	4	4	22
13	4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	5	26
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	3	18
18	4	4	4	4	16	2	3	4	4	4	4	21
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	4	29
21	3	4	4	4	15	4	5	5	4	3	4	25

22	5	5	4	5	19	1	5	5	5	5	5	26
23	5	5	4	4	18	4	5	4	5	5	4	27
24	5	5	5	5	20	5	5	3	5	5	5	28
25	4	4	4	4	16	4	5	2	5	5	5	26
26	4	5	3	4	16	5	4	3	4	5	3	24
27	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	5	28
28	4	5	3	4	16	3	4	3	5	4	5	24
29	5	5	4	5	19	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	3	4	15	3	3	4	5	5	5	25
31	5	5	5	5	20	4	3	4	5	5	5	26
32	5	5	4	5	19	3	3	4	3	4	5	22
33	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25
34	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	3	5	18	3	4	3	4	5	5	24
36	4	5	5	5	19	5	5	4	4	5	4	27
37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	23
38	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	2	4	14	4	3	4	3	4	4	22
40	5	5	4	5	19	5	4	3	5	5	4	26
41	4	3	3	4	14	3	4	2	2	4	4	19
42	4	4	2	4	14	4	4	3	3	4	4	22
43	4	4	3	4	15	3	3	3	4	3	3	19
44	4	5	3	5	17	3	4	4	5	5	4	25
45	1	2	2	3	8	2	2	3	2	2	2	13
46	4	5	5	4	18	5	4	1	5	5	4	24

47	4	3	3	4	14	4	5	4	5	4	4	26
48	3	5	5	5	18	5	5	5	5	5	4	29
49	5	4	5	5	19	4	5	4	5	4	5	27
50	5	4	4	4	17	5	4	3	4	4	5	25
51	4	5	4	5	18	3	4	5	5	5	5	27
52	5	5	4	4	18	4	5	3	4	5	5	26
53	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	4	29
54	4	5	4	4	17	4	5	4	5	5	4	27
55	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
56	5	5	3	4	17	4	5	4	4	5	5	27
57	4	5	5	4	18	5	5	4	4	5	5	28
58	5	5	3	5	18	5	5	4	5	5	4	28
59	4	5	5	4	18	5	5	4	5	4	5	28
60	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	5	28
61	4	5	5	4	18	5	4	4	5	5	5	28
62	5	4	4	5	18	4	4	5	4	5	5	27
63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	3	4	17	5	5	4	5	5	5	29
65	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	5	29
66	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	5	28
67	5	5	5	4	19	5	4	3	4	5	4	25
68	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	5	28
69	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	4	27
70	5	5	5	4	19	4	4	4	5	5	5	27
71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30

72	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27
74	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	5	28
75	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
78	5	5	4	5	19	4	5	4	5	5	5	28
79	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
80	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	4	5	19	4	5	4	4	5	5	27
82	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	5	28
84	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
85	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	4	5	19	4	5	3	5	5	5	27
88	5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	5	28
89	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
90	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	5	20	4	5	4	4	5	5	27
92	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	20	4	5	4	4	5	5	27
94	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28
96	5	4	3	4	16	4	5	5	3	5	4	26

97	4	4	4	4	16	5	4	4	4	5	4	26
98	5	4	3	4	16	4	4	5	4	5	5	27
99	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	4	27
100	4	4	3	4	15	5	4	4	4	5	5	27

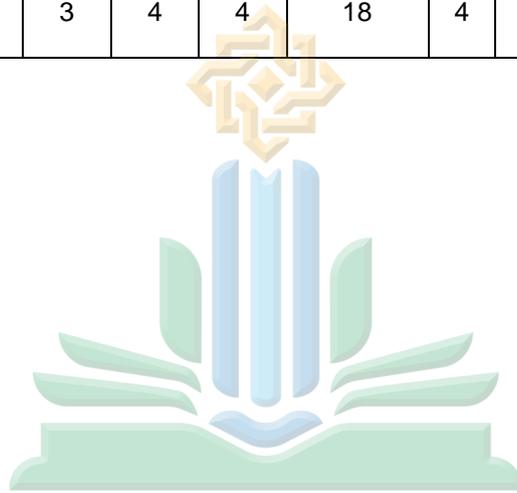
No	Kepercayaan (X3)					Total_X3	Keputusan Menggunakan (Y)					Total Y
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
2	2	3	3	3	3	14	5	5	1	1	2	14
3	4	5	3	5	2	19	5	5	3	5	5	23
4	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
6	4	4	4	4	4	20	5	3	3	3	3	17
7	4	3	4	3	3	17	4	4	3	4	4	19
8	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	5	22
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
10	4	4	5	4	5	22	3	4	5	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
12	4	4	5	4	3	20	4	4	4	5	5	22
13	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
15	4	4	2	3	3	16	4	5	5	4	5	23
16	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
17	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16

18	3	3	3	3	3	15	4	3	2	2	3	14
19	3	3	3	4	5	18	4	3	5	4	3	19
20	4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	4	22
21	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
22	3	5	3	2	5	18	5	5	5	5	5	25
23	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
26	4	5	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23
27	4	4	4	3	5	20	5	3	4	4	4	20
28	5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	4	22
29	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
30	3	3	3	3	3	15	4	2	4	4	3	17
31	4	3	5	4	5	21	4	4	3	5	4	20
32	4	4	5	5	5	23	3	4	3	3	4	17
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
34	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
35	3	3	3	3	3	15	5	4	4	4	4	21
36	4	3	4	4	4	19	3	4	3	3	3	16
37	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	5	20
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
39	3	3	2	4	2	14	4	4	2	3	4	17
40	4	3	3	3	4	17	4	3	4	4	5	20
41	3	4	3	4	3	17	3	4	3	4	3	17
42	2	2	2	4	2	12	4	4	3	2	3	16

43	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	3	20
44	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
45	2	2	2	2	2	10	4	3	3	3	4	17
46	5	5	5	4	5	24	3	3	3	3	3	15
47	4	3	5	4	5	21	4	4	3	4	4	19
48	3	3	4	5	5	20	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
50	4	4	5	5	4	22	5	5	4	5	4	23
51	5	3	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
53	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	5	24
54	5	3	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
56	5	3	4	4	5	21	5	5	4	5	4	23
57	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	5	24
58	5	3	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
59	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	4	21
60	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	5	24
61	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23
62	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
63	5	4	5	5	4	23	4	5	3	5	5	22
64	4	4	4	4	5	21	5	5	4	5	5	24
65	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	5	23
66	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
67	4	3	4	5	4	20	4	5	4	5	4	22

68	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
69	3	4	4	5	4	20	5	5	3	4	4	21
70	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24
71	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
72	5	4	3	4	4	20	5	5	5	5	5	25
73	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
78	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
81	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23
83	4	4	5	5	4	22	5	4	5	5	5	23
84	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23
85	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
87	5	4	5	5	5	24	5	5	3	5	5	23
88	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
89	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	23
92	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

93	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
95	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
96	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
97	4	4	4	5	4	21	5	5	4	5	5	24
98	4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
99	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19
100	4	3	3	4	4	18	4	5	3	4	4	20

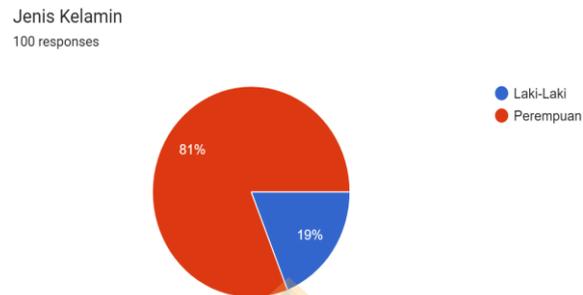


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

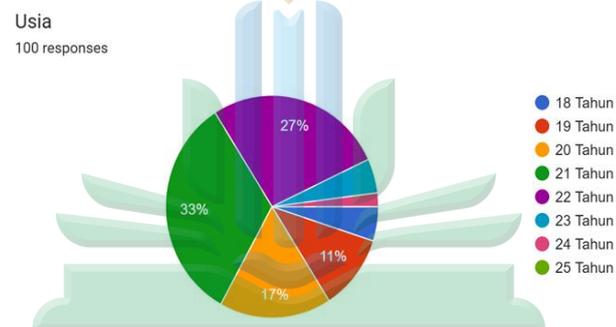
Hasil Penyajian Data dan Perhitungan SPSS

A. Karakteristik Responden

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

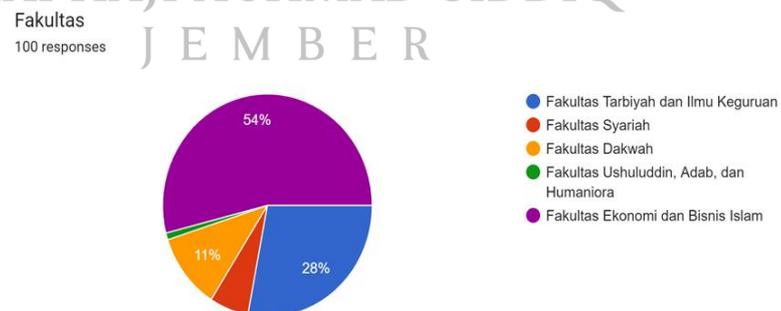


2) Berdasarkan Usia



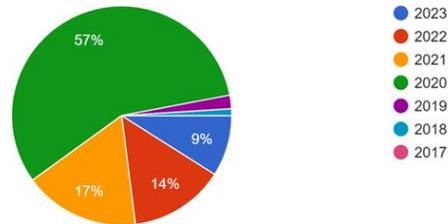
3) Berdasarkan Fakultas

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI Haji Achmad Siddiq
JEMBER



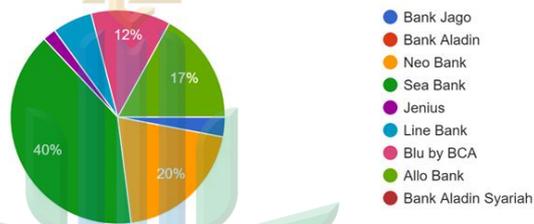
4) Berdasarkan Angka

Angkatan
100 responses



5) Berdasarkan Bank Digital yang Digunakan

Bank Digital yang digunakan saat ini
100 responses



B. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.624**	.465**	.642**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.624**	1	.589**	.683**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.465**	.589**	1	.570**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.642**	.683**	.570**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.808**	.852**	.821**	.851**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
		100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

2. Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X_2)

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_ X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.563**	.170	.416**	.470**	.364**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.090	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.563**	1	.314**	.485**	.582**	.537**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.170	.314**	1	.343**	.313**	.313**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.090	.001		.000	.002	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.416**	.485**	.343**	1	.612**	.574**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.470**	.582**	.313**	.612**	1	.645**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.364**	.537**	.313**	.574**	.645**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_ X2	Pearson Correlation	.697**	.783**	.583**	.778**	.798**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

3. Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_3)

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_ X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.656**	.748**	.657**	.662**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.656**	1	.668**	.602**	.560**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3..3	Pearson Correlation	.748**	.668**	1	.695**	.756**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3..4	Pearson Correlation	.657**	.602**	.695**	1	.562**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3..5	Pearson Correlation	.662**	.560**	.756**	.562**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_ X3	Pearson Correlation	.872**	.820**	.912**	.819**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

4. Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_ Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.572**	.482**	.534**	.590**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.572**	1	.417**	.562**	.562**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.482**	.417**	1	.689**	.649**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.534**	.562**	.689**	1	.834**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.590**	.562**	.649**	.834**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_ Kep.Meng	Pearson Correlation	.751**	.744**	.814**	.893**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

C. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

2. Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	6

3. Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5

4. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menggunakan (Y)

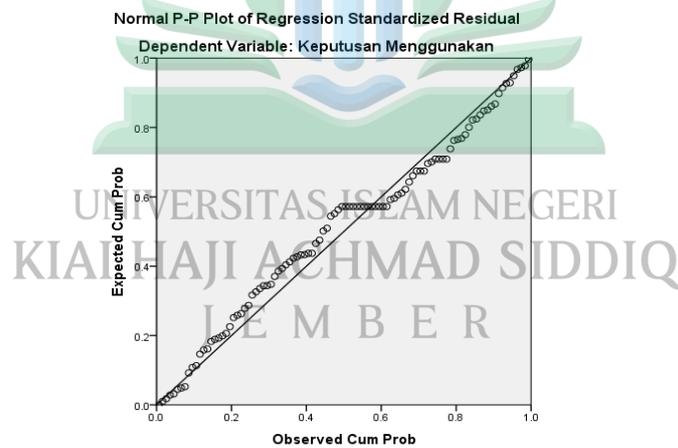
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas metode One Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00941051
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.068
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Normalitas metode Probability Plot

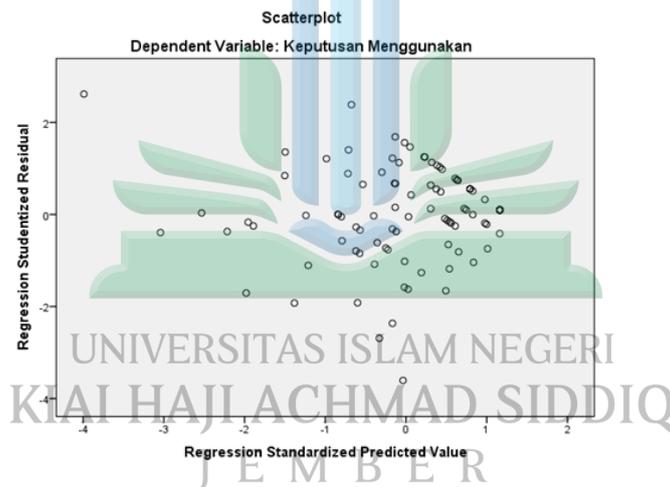


3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.449	1.681		2.051	.043		
	Kemudahan Penggunaan	-.082	.149	-.060	-.547	.586	.336	2.974
	Manfaat	.442	.103	.473	4.305	.000	.341	2.932
	Kepercayaan	.390	.080	.435	4.877	.000	.518	1.931

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

4. Uji Heteroskedastisitas metode Scatterplot



5. Uji Heteroskedastisitas metode Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.596	1.094		4.199	.000
	Kemudahan Penggunaan	.009	.097	.016	.095	.924
	Manfaat	-.080	.066	-.201	-1.203	.232
	Kepercayaan	-.044	.048	-.119	-.904	.368

a. Dependent Variable: ABS

E. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.449	1.681		2.051	.043
	Kemudahan Penggunaan	-.082	.149	-.060	-.547	.586
	Manfaat	.442	.103	.473	4.305	.000
	Kepercayaan	.390	.080	.435	4.877	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

F. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	571.142	3	190.381	49.023	.000 ^b
	Residual	372.818	96	3.884		
	Total	943.960	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan

G. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.593	1.971

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

Lampiran 10



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Ika Damayanti
 NIM : 201105010016
 Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
 Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

Jember, 08 Mei 2024

Operator Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Mrs. J...



Lampiran 11



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>




SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Ika Damayanti
 NIM : 201105010016
 Semester : VIII

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.





7 Mei 2024
 Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,
Ika Pratiwi, SE., Ak., MSA
 NIP. 198809232019032003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Lampiran 12

BIODATA PENULIS



A. Biodata Penulis

Nama : Ika Damayanti
 Nim : 201105010016
 TTL : Sidoarjo, 15 Oktober 2001
 Alamat : Desa Kepuh-Kemiri, Kec. Tulangan, Kab. Sidoarjo
 No. HP : 085606086515
 Email : damayanti.ika15@gmail.com
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Perbankan Syariah

B. Riwayat Pendidikan

SD : MI Asasul Huda (2008-2014)
 SMP : SMPN 1 Wonoayu (2014-2017)
 SMA : SMAN 2 Sidoarjo (2017-2020)
 Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020-2024)