

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI  
KEGUNAAN TERHADAP MINAT MAHASISWA FEBI IAIN BENGKULU  
MENGUNAKAN *INTERNETBANKING***



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E.)

**OLEH:**

**MARIA TIKA SANJANI**  
**NIM 1516140155**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2019 M/1440 H**

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Maria Tika Sanjani  
NIM : 1516140155  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul : "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan Internet Banking"

Telah dilakukan verifikasi plagiat melalui <https://smallseotools.com/plagiarism-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiat. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan kembali.

Bengkulu, Juli 2019  
1440 H

Mengetahui Tim Verifikasi



Andang Sunarto, Ph.D.  
NIP. 197611242006041002

Yang Membuat Pernyataan



Maria Tika Sanjani  
NIM. 1516140155

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *Internet Banking*”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 24 Juni 2019 M  
20 Syawal 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan



Maria Tika Sanjani  
NIM : 1516141055

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Maria Tika Sanjani, NIM 1516140155 dengan judul "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqosyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 24 Juni 2019 M  
20 Syawal 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

(Drs. M.Syakroni, M.Ag)

(Andi Harpepen, M. Kom)

NIP: 195707061987031003

NIDN: 2014128401



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)5127651771 Fax (0736)51771 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*", oleh Maria Tika Sanjani NIM : 1516140155

Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

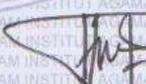
Hari : Jum'at  
 Tanggal : 26 Juli 2019/ 22 Dzulqa'dah 1440 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 28 Juli 2019 M  
 24 Dzulqa'dah 1440 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**  
  
**Drs. M. Syakroni, M. Ag**  
 NIP. 195707061987031003

**Sekretaris**  
  
**Andi Harpepen, M. Kom**  
 NIDN. 2014128401

**Penguji I**  
  
**Dr. Asnaini, M.A**  
 NIP. 197304121998032003

**Penguji II**  
  
**Yeti Afrida Indra, M. Ak**  
 NIDN. 0214048401



Mengetahui,  
 Dekan  
  
**Dr. Asnaini, M.A**  
 NIP. 197304121998032003

# MOTTO

*“Fa inna ma’al-‘usri yusra (Maka sesungguhnya bersama  
kesulitan ada kemudahan)”*

**-Q.S Al-Insyirah-**

*“Bukan Kesulitan Yang Membuat Takut, Tetapi Ketakutan  
Itu yang Membuat Sulit”*

**-Maria Tika Sanjani-**

# PERSEMBAHAN

*Telah banyak suka dan duka yang telah saya lalui dalam menyelesaikan skripsi ini guna untuk meraih cita-cita, walau kaki telah lelah melangkah, tangan telah lemas menggapai. Namun, harapan untuk meraih hari esok yang lebih baik telah menumbuhkan motivasi bagiku untuk tetap berdiri dan melangkah untuk menggapai cita-cita yang tak lepas dari rahmat dan karunia dari Allah SWT dan diiringi do'a dari orang-orang yang tercinta.*

*Dengan segala cinta dan ketulusan, skripsi ini kupersembahkan untuk :*

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.*
- ❖ Ayahanda Baprizi dan Ibunda Tentr Tulasmi tercinta, yang telah senantiasa menyertai dan mengiringi langkah perjalanan hidupku dengan penuh kasih sayang dan do'a tiada hentinya.*
- ❖ Keponakanku Tegas Abid Al-Fairis, Kakakku Kenda Adek Sottri dan Adikku Zalelah Tri Mutiara yang tersayang yang selalu memberikan semangat utukku dalam meraih cita-cita, semoga kalian senantiasa bahagia selalu.*
- ❖ Seluruh keluarga besarku, yang telah memberikan bantuan, motivasi dan masukan demi keberhasilanku*
- ❖ Sahabat-sahabat karibku Ance Marsheres, Ases Nela, Sedesni yang selalu siap mendengarkan keluh-kesahku dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih untuk kalian semua.*
- ❖ Teman-teman seperjuangan Anita Meisari, Desiyani Rachmadani P, Dita Safitri Awaliah, Rara Permata Sari, Erlin Pransiska dan Puspita Septi Wiani yang siap berbagi suka duka dan sama-sama mencari solusi untuk menyelesaikan setiap masalah yang dihadapi dalam penyelesaian skripsi ini.*

- ❖ *Teman-teman seperjuangan PBS Lokal E angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi untuk tetap bertahan dan terus melangkah mencapai tujuan, semangat berjuang buat kalian semua dan semoga kita dipertemukan kembali.*
- ❖ *Teman-teman KKN kelompok 25 dan teman-teman PPL Lembaga Takaful Keluarga yang telah menjadi keluarga baruku*
- ❖ *Seluruh guru-guruku dari SD, SMP sampai SMA, serta dosen-dosenku yang telah memberikan ilmu kepadaku.*
- ❖ *Drs. M. Syakroni, M.Ag dan Andi Harpepen, M.Kom selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.*
- ❖ *Ahmad Mathori, MA selaku pembimbing akademik yang telah banyak memberikan semangat, nasehat dan masukan untukku.*
- ❖ *Agama, Bangsa dan Almamaterku.*

## ABSTRAK

Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*  
Oleh Maria Tika Sanjani, NIM 1516140155

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dan seberapa besar pengaruhnya terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner yang disebarikan kepada 70 responden, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 16.0 *for windows*. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi kemudahan secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*, sedangkan kepercayaan dan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan dengan nilai sig. *coefficients* lebih kecil dari pada ( $\alpha$ ) 0,05, secara simultan kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking* berdasarkan uji F dengan nilai sig. Anova<sup>b</sup> 0,000 < ( $\alpha$ ) 0,05, kontribusi pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking* sebesar 35,6 % dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,356.

*Kata Kunci : Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Minat Menggunakan Internet Banking*

## ABSTRACT

The Influence of Trust, Ease Perception and Perception of Use of Interest in FEBI IAIN Bengkulu Students Using Internet Banking  
By Maria Tika Sanjani, NIM 1516140155

The purpose of this study was to determine the effect of trust, perceived ease of use and perceived usefulness and how much influence on the interests of FEBI IAIN Bengkulu students using internet banking, this study used a descriptive quantitative approach with primary data collection techniques in the form of questionnaires distributed to 70 respondents, sampling was carried out by using the Slovin formula. The data analysis technique used is multiple linear regression using the help of the SPSS computer program version 16.0 for windows. Then the data is described, analyzed and discussed to answer the problems raised. From the results of the study it was found that the perception of convenience individually did not significantly influence the interests of FEBI IAIN Bengkulu students using internet banking, while the trust and perceived usefulness had a significant effect on sig. coefficients are smaller than ( $\alpha$ ) 0.05, simultaneously trust, perceived ease of use and perceived usefulness affect FEBI IAIN Bengkulu using internet banking based on the F test with a sig value. Anovab  $0,000 < (\alpha) 0.05$ , the contribution of the influence of trust, perceived convenience and perceived usefulness to the interests of FEBI IAIN Bengkulu students using internet banking by 35.6% with an Adjusted R Square value of 0.356.

*Keywords: Trust, Perception of Ease, Perception of Use, Interest Using Internet Banking*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*”. Shalawat dan salam senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk kejalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah mengadakan fasilitas dan kemudahan mahasiswa dalam menuntut ilmu.
2. Dr. Asnaini, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah banyak memberikan bantuan didalam perkuliahan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah senantiasa memberikan arahan dalam pelaksanaan perkuliahan
4. Drs. M. Syakroni, M.Ag selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
5. Andi Harpepen, M.Kom selaku dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
6. Ahmad Mathori, S.Pd., MA selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan Motivasi, semangat.
7. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan semangat, dan mendoakan kelancaran dan kesuksesanku
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

	Ha
laman	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian .....	6
F. Penelitian Terdahulu .....	7
G. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	14
1. Kepercayaan.....	14
2. Persepsi Kemudahan .....	15
3. Persepsi Kegunaan .....	16
4. Persepsi .....	17
a. Pengertian Persepsi .....	17
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
5. <i>Internet Banking</i> .....	18
6. Minat .....	19
a. Pengertian Minat .....	19
b. Macam-Macam Minat.....	21

c. Faktor-Faktor yang Mmempengaruhi Timbulnya Minat.....	22
7. <i>Tecnology Acceptence Model</i> .....	24
B. Kerangka Berpikir.....	25
C. Hipotesis Penelitian .....	26

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	27
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	28
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	30
E. Definisi Operasional Variabel .....	32
F. Instrumen Penelitian .....	33
G. Teknik Analisis Data .....	34
1. Pengujian Kualitas Data.....	34
a. Validasi .....	34
b. Reliabilitas .....	34
2. Uji Asumsi Dasar .....	35
a. Normalitas Data .....	35
b. Homogenitas Data.....	35
3. Uji Asumsi Klasik .....	35
a. Multikolinieritas.....	35
b. Autokorelasi .....	36
c. Heteroskedastisitas.....	36
d. Uji Hipotesis .....	36
a. Model Regresi Linier Berganda.....	36
b. Uji-t .....	37
c. Uji F .....	37
d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	39
2. Visi, Misi dan Motto Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam .....	40
3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	41
4. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	42
5. Visi dan Misi Program Studi Perbankan Syariah.....	42
6. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2015.....	43

B. Hasil Penelitian .....	43
1. Pengujian Kualitas Data .....	43
a. Hasil Uji Validitas .....	43
b. Hasil Uji Reliabelitas .....	44
2. Uji Asumsi Dasar .....	45
a. Hasil Uji Normalitas Data .....	45
b. Hasil Uji Homogenitas Data .....	49
3. Uji Asumsi Klasik .....	50
a. Hasil Uji Multikolinieritas .....	50
b. Hasil Uji Autokorelasi .....	51
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
4. Uji Hipotesis .....	54
a. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	54
b. Hasil Uji-t .....	55
c. Hasil Uji F .....	57
d. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
C. Pembahasan .....	59
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	59
2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	59
3. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	60
4. Pengaruh Bersama-Sama Atau Simultan antara Variabel $X_1$ , $X_2$ dan $X_3$ Terhadap Minat Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	60
5. Seberapa Besar Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Internet Banking</i> .....	61

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	62

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
-----------------------------	-----------

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

### Halaman

1. Tabel 1.1 Observasi Awal .....	4
2. Tabel 3.1 Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup.....	31
3. Tabel 3.2 Nilai Interval .....	38
4. Tabel 4.1 Hasil Uji Validasi Penelitian.....	44
5. Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabelitas .....	45
6. Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas $X_1$ .....	46
7. Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas $X_2$ .....	47
8. Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas $X_3$ .....	48
9. Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Y.....	49
10. Tabel 4.7 Hasil Uji Homogenitas.....	50
11. Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
12. Tabel 4.9 Hasil Uji Autokolerasi .....	52
13. Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
14. Tabel 4.11 Hasil Uji Linier Berganda.....	54
15. Tabel 4.12 Hasil Uji-t.....	56
16. Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	58
17. Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	59

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

1. Kerangka berfikir ..... 25
2. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam..... 42

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berkas Pengajuan Judul
- Lampiran 2 : Berkas Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Halaman Pengesahan
- Lampiran 4 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 5 : Berkas Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Kuesioner
- Lampiran 7 : Daftar Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015
- Lampiran 8 : Hasil Penelitian
- Lampiran 9 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10 : Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 11 : Dokumentasi Penelitian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman yang saat ini semakin pesat, maka teknologi juga semakin berkembang dengan pesat. Penggunaan teknologi bukan lagi menjadi suatu hal yang khusus di kalangan masyarakat dan mau tidak mau masyarakat akan selalu mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih ini menyebabkan banyak hal lebih mudah.<sup>1</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak luar biasa pada hampir semua sektor, tidak terkecuali sektor perbankan. Dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah serta sejalan perkembangan teknologi yang semakin pesat, perbankan memenuhi kebutuhan nasabah dalam bentuk produk perbankan melalui sistem teknologi *internet banking*. Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan.<sup>2</sup> Bank menyediakan fasilitas *internet banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. *Internet Banking* merupakan suatu bentuk

---

<sup>1</sup>Dilla Oktavia Puspita Sari, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya Menggunakan Internet Banking CIMB NIAG*, Artikel Ilmiah .(Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2016), h.4

<sup>2</sup> Fitri Indra Wati, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank BRI di Surabaya*, Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2015), h. 1

pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online.<sup>3</sup>

*Internet banking* memudahkan nasabah dalam transaksi perbankan tanpa harus mengantri di kantor-kantor bank atau ATM. *Internet banking* memudahkan transaksi pembayaran dan transaksi lainnya melalui *internet* dan *website* milik bank yang dilengkapi system keamanan. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat, serta dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, computer, laptop, dan sebagainya selama tersedia jaringan internetnya.<sup>4</sup>

Kegunaan dan kemudahan yang ditawarkan dari penggunaan *internet banking* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *internet banking* tersebut. Pendekatan yang dapat digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi salah satunya *Technology Acceptence Model* (TAM). Pendekatan ini dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 dengan tujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan tersebut.<sup>5</sup> Pendekatan TAM dipilih karena teori ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai penerimaan teknologi dan perilaku para penggunanya. TAM juga menjelaskan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku,

---

<sup>3</sup>Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 21

<sup>4</sup> Siti Jamidan, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking*, skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2016), h. 2

<sup>5</sup>Higya, Muftafida Aryani, “*Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (Studi kasus pada nasabah Bank BCA di Surakarta)*”, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), h. 1

tujuan dan keperluan, serta penggunaan aktual dan penggunaan suatu sistem informasi.<sup>6</sup> Selain itu, pendekatan ini juga telah digunakan digunakan oleh beberapa penelitian sebelumnya, sehingga dapat diyakini merupakan pendekatan yang valid untuk digunakan dalam suatu penelitian.

Salah satu golongan nasabah yang biasanya memilih untuk suatu hal yang lebih mudah dan praktis yaitu nasabah yang kegiatan yang padat antara lain adalah Mahasiswa dimana kegiatan perkuliahan yang berlangsung bersamaan dengan jam kerja bank, biasanya menjadi salah satu penghambat bagi seorang mahasiswa yang ingin melakukan transaksi keuangan non-tunai di perbankan. Dengan adanya fasilitas layanan melalui *internet banking* ini jika ingin melakukan transaksi nontunai berupatransfer, cek saldo ataupun pembayaran dapat melakukan transaksi melalui *internet* bisa menggunakan HP, Laptop atau computer selama masih terhubung dengan *internet*. Dengan adanya alternatif untuk memberikan kemudahan bagi nasabah yang ditawarkan oleh fasilitas *internet banking* dapat menjadi salah satu penyebab berminatnya nasabah khususnya Mahasiswa untuk menggunakan layanan *internet banking*.

Akan tetapi setelah penulis melakukan observasi awal penulis mendapatkan fakta bahwa di kalangan mahasiswa khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tersebut masih banyak mahasiswa yang belum menggunakan Layanan *internet banking*. Peneliti melakukan observasi terhadap

---

<sup>6</sup>Deri Riski Paganta, dkk, *Pengaruh Kepercayaan Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kenyamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*, Jurnal, (Padang: Jurnal, Universitas Bung Hatta), h. 7

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2015, dimana jumlah mahasiswa program studi perbankan syariah angkatan 2015 itu sebanyak 233 orang.<sup>7</sup> Peneliti mengambil sampel yaitu sebanyak 10 orang. Dari 10 orang tersebut peneliti mendapatkan fakta bahwa yang sudah menggunakan layanan *internet banking* ada 1 orang dan yang lainnya belum menggunakan layanan *internet banking*, dengan data sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Observasi Awal**

No	Nama	Sudah Menggunakan <i>Internet Banking</i>	Belum Menggunakan <i>Internet Banking</i>
1	Ance Marsheres	-	√
2	Rangga Mandala Yudha	√	-
3	Erlin Fransiska	-	√
4	Sedesni	-	√
5	Ases Nela	-	√
6	RaraPermata Sari	-	√
7	Indriyana Utami	-	√

---

<sup>7</sup>Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), Diakses Pada 1 Juni 2019.

8	Anita Meisari	-	√
9	Rice Efpriyani	-	√
10	Resi Restianti	-	√

\*)Sumber : Wawancara, 2019

Dengan berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking* dan mengangkat judul **“Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu Menggunakan *Internet Banking*”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?

4. Apakah kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?
5. Seberapa besar pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking*.

### **D. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan terfokus serta terarah, penulis membatasi penelitian hanya pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu program studi perbankan syariah angkatan 2015.

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi penulis

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan layanan *Internet Banking*.
- b. Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Bagi Akademisi

Untuk memperluas ilmu pengetahuan serta kemampuan peneliti mengenai fasilitas dan pelayanan dalam perbankan khususnya perbankan syariah terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

3. Bagi Pembaca

Dapat memberikan kontribusi positif dalam rangka menyediakan informasi tentang kegunaan atau manfaat menggunakan pelayanan *internet banking*.

**F. Penelitian Terdahulu**

Untuk mendukung pembahasan yang mendalam, maka peneliti melakukan kajian pustaka yang berhubungan dengan masalah yang diuji. Adapun penelitian yang terkait yaitu:

1. Skripsi yang diteliti oleh Febrian Maulana Yusuf mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking Pada Nasabah BRI Syariah Yogyakarta*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *internet banking* pada nasabah BRI Syariah Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independent yaitu persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan dan persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Data yang dipakai adalah data primer, dilakukan dengan menggunakan kuesioner serta menggunakan teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling* atau *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Syariah yang belum menggunakan *internet banking* yang berjumlah 100 responden. Hasil dari penelitian ini yaitu persepsi kemudahan secara individu tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* sedangkan persepsi kenyamanan dan kepercayaan secara individu berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.<sup>8</sup>

Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrian Maulana Yusuf yaitu sama-sama mencari pengaruh terhadap minat, menggunakan *internet banking* dengan menggunakan dua variabel independent

---

<sup>8</sup>Febrian Maulana Yusuf, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking Pada Nasabah BRI Syariah Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017)

yang sama yaitu persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Sedangkan yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrian Maulana Yusuf terletak pada objek dan rumusan masalah, Penulis meneliti pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan *internet banking* sedangkan Febrian Maulana Yusuf meneliti faktor yang mempengaruhi nasabah BRI Syariah Yogyakarta Menggunakan *internet banking*.

2. Skripsi yang di tulis oleh Aisyah Marsela mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang berjudul “*Minat Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidik Misi IAIN Bengkulu Terhadap Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegunaan, kepercayaan dan seriko terhadap minat mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi IAIN Bengkulu dalam penggunaan *mobile banking*, serta untuk transaksi seperti informasi saldo, transfer dana, pembayaran dan pembelian pada aplikasi *mobile banking*. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner dan angket wawancara yang disebarkan kepada 79 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan program *IBM SPSS Statistics Version 2016*. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti bahwa kegunaan dan

kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa bidikmisi IAIN Bengkulu dalam menggunakan *mobile banking* dengan koefisien variabel sebesar 0,199 dan koefisien kepercayaan sebesar 0,537. Sedangkan variabel seriko tidak berpengaruh signifikan dengan sig.  $0,132 > 0,05$  dengan menggunakan uji t.<sup>9</sup>

Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Marsela yaitu sama-sama mencari pengaruh minat mahasiswa terhadap layanan *E-Banking* dengan tiga variabel independent dan menggunakan dua variabel independent yang sama yaitu kepercayaan terhadap minat menggunakan dan kemudahan terhadap minat menggunakan. Sedangkan yang membedakan penelitian yang ditulis oleh Aisyah Marsela dengan penelitian ini yang itu variabel dan objek penelitiannya, Aisyah Marsela menggunakan tiga variabel yaitu pengaruh kegunaan, kepercayaan dan resiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Objek dalam penelitian yang dilakukan Aisyah Marsela yaitu mahasiswa penerima beasiswa bidik misi IAIN Bengkulu sedangkan objek penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

---

<sup>9</sup>Aisyah Marsela, *Minat Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Bengkulu Terhadap Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Skripsi (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018)

3. Jurnal Internasional yang ditulis oleh Mislah Hayati Nasution dan Sutisna yang berjudul “*Faktor Affecting The Interents Of Custumer Of Internet Banking*”. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan test statistic. Data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Data primer diambil langsung dari tempat penelitian dengan menyebarkan kuisioner dan wawancara yang merupakan sumber utama dalam penelitian ini. Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking* adalah faktor kemudahan,keamanan,kenyamanan efesiensi dan praktis. Dan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* adalah faktor kenyamanan.<sup>10</sup>

Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Mislah Hayati Nasution dan Sutisna yaitu sama-sama mencari pengaruh terhadap minat menggunakan layanan *internet banking* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sumber data yang diambil yaitu data primer dan data skunder. Sedangkan yang membedakan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Mislah Hayati Nasution dan Sutisna terletak pada variabel. Variabel yang diteliti oleh Mislah Hayati Nasution dan Sutisna yaitu Kemudahan, Keamanan dan kenyamanan, sedangkan variabel yang diteliti oleh penulis yaitu

---

<sup>10</sup>Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, *Faktor Affecting The Interests Of Custumer Of Internet Banking*, Jurnal, Jurnal Nisbah, Vol 1, No 1, (Djuanda: Dewan Redaksi , 2015)

Pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *internet banking*.

4. Jurnal nasional yang ditulis oleh Evi Yani, Ade Fitria Lestari, Hilda Amelia dan Ari Puspita yang berjudul “*Pengaruh Internet banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptence Model*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pangaruh *internet banking* terhadap minat nasabah dengan TAM (*Technology Acceptence Model*) yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner secara *random sampling* sebanyak 104 responden nasabah BRI dengan menggunakan skala Likert, pengujian data melalui uji validasi, reabilitas, normalitas, linearitas, uji regresi dan koefisien determinasi dan pengolahan kuesioner dengan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan penggunaan *internet banking* terhadap persepsi dalam bertransaksi bagi nasabah Bank BRI.<sup>11</sup>

Adapun persamaan penelitian penulis dengan penelitian yang dilakukan oleh Evi Yani dkk yaitu sama-sama mencari pengaruh terhadap minat menggunakan *internet banking* dan menggunakan dua variabel independent yang sama yaitu persepsi kemudahan terhadap minat dan persepsi kegunaan terhadap minat. Sedangkan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Evi Yani dkk ini terletak pada variabel dan objek penelitian, variabel

---

<sup>11</sup>Evi Yani dkk, *Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Terchnology Acceptence Model*, Jurnal, Jurnal Informatika, Vol.5, No. 1, (April, 2018)

penelitian yang ditulis oleh Evi Yani dkk yaitu ada dua variabel yang pertama itu pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking* dan yang kedua pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *internet banking* dan objek penelitian ini pada nasabah bank BRI, sedangkan penelitian ini ada tiga variabel yaitu menggunakan variabel yang pertama pengaruh Kepercayaan terhadap minat menggunakan *internet banking*, yang kedua pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *internet banking* dan pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *internet banking* dan objek penelitiannya pada mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari:

**BAB I :** Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

**BAB II :** Kajian teori, berisi pembahasan umum tentang pokok bahasan, yaitu pengertian nasabah, pengertian pelayanan, pengertian promosi, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

**BAB III :** Metode penelitian yaitu berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber dan teknik

pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

**BAB IV** : Hasil penelitian dan pembahasan, menjelaskan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

**BAB V** : Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kepercayaan

Kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi *internet banking* aman untuk digunakan. Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia *online banking* mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya, Oleh karena itu membangun kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah adalah sangat diutamakan bagi terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank.<sup>12</sup>

Melalui tingkat kepercayaan yang terbangun antar pihak bank dan nasabah, maka sangat memungkinkan bisnis perbankan yang dijalankan akan mudah terbangun lebih intensif antara nasabah dengan pihak bank, mengingat pihak bank wajib untuk membangun rasa kepercayaan yang tinggi terhadap nasabahnya agar nasabah merasa yakin dan aman pada bank tersebut. Kepercayaan meliputi hubungan yang stabil antara nasabah dengan pihak bank, kemampuan pihak bank untuk membentuk rasa kepercayaan nasabah, dan

---

<sup>12</sup>Nur Aini, *Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Surabaya*, Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2017), h. 4

Jaminan yang diberikan oleh Bank terhadap rasa aman pada simpanan nasabah yang ada di Bank.<sup>13</sup>

Faktor kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* hal ini dibuktikan menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Febrian Maulana Yusuf.<sup>14</sup>

## 2. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan system atau bekerja secara manual. Persepsi kemudahan penggunaan diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi.<sup>15</sup>

Menurut Dwi Suhartini dan Wiwik Handayani kemudahan internet banking yaitu mudah dipelajari, jelas dan dapat dipahami, fleksibel dan mudah untuk digunakan. Kemudahan penggunaan suatu teknologi dibentuk melalui enam faktor utama, kemudahan penggunaan meliputi mudah untuk dipelajari, terkendali, jelas dan mudah dimengerti, fleksibel, mudah untuk melakukan sesuatu dan mudah untuk digunakan Jogiyanto.faktor-faktor yang dapat

---

<sup>13</sup>Nur Aini, *Pengaruh Kepercayaan...*, h. 5

<sup>14</sup>Febrian Maulana Yusuf, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Internet Banking Pada Nasabah BRI Syariah Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017)

<sup>15</sup>Samsul Hadi dan Novi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Volume IV, No 1, (2017), h. 57

mempengaruhi kemudahan penggunaan dalam menggunakan suatu teknologi tersebut beranggapan bahwa mudah dan bisa menggunakan suatu teknologi, memiliki keyakinan dalam penggunaan teknologi tidak mengalami kesulitan, mengerti dan memahami dalam penggunaannya, menggunakan teknologi tidak membutuhkan kegiatan yang cukup besar dan biaya yang mahal.<sup>16</sup>

Faktor kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* hal ini dibuktikan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Mislah Hayati Nasution.<sup>17</sup>

### **3. Persepsi Kegunaan**

Menurut Jahangir dan Begum persepsi kegunaan adalah probabilitas subjektif menggunakan teknologi akan memperbaiki cara pengguna agar dapat menyelesaikan tugas yang diberikan.<sup>18</sup> Menurut Jugiyanto persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dapat disimpulkan konteks dari penelitian ini bahwa kegunaan dalam *internet banking* merupakan pandangan subyektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *internet banking*. Ketika nasabah menggunakan *internet banking* fasilitas layanan berkalkali, maka

---

<sup>16</sup>Nur Aini, *Pengaruh Kepercayaan...*, h. 5

<sup>17</sup>Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, *Faktor Affecting The Interest Of Customer Service Of Internet Banking*, Jurnal, Jurnal Nisbah, Vol 1, No 1 (Djuanda: Dewan Redaksi, 2015)

<sup>18</sup>Muftafida Higya Aryani, *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified TAM*, Skripsi (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), h.5

nasabah telah merasakan telah merasakan manfaat kegunaan dari layanan *internet banking* tersebut.<sup>19</sup>

Faktor kegunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet Banking* hal ini dibuktikan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Yani, Ade Fitria Lestari, Hilda Amelia dan Ari Puspita.<sup>20</sup>

#### **4. Persepsi**

##### **a. Pengertian Persepsi**

Persepsi adalah sebagai segala hal yang berhubungan dengan pengalaman seseorang dalam hidupnya di dunia. Dengan demikian persepsi merupakan suatu aktifitas individu dalam mendeteksi dan menginterpretasikan segala informasi dari lingkungannya yang sesuai dengan pengalamannya. Aktifitas tersebut adalah berfikir, mengingat, menerima, merencanakan dan memilih sesuatu.<sup>21</sup>

##### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor internal dan Faktor Eksternal.

- 1) Faktor internal pada intinya berupa fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan searah, pengalaman, suasana hati seseorang yaitu tokoh masyarakat sangat mempengaruhi dalam terjadinya persepsi, karena hubungan akan

---

<sup>19</sup>Nur Aini, *Pengaruh kepercayaan...*, h. 5

<sup>20</sup>Evi Yani dkk, *Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model*, Jurnal, Jurnal Informatika, Vol. 5, No. 1, (April, 2018)

<sup>21</sup>Rahmat Dahlan, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi nazhir Terhadap Wakaf Uang*, Jurnal, Jurnal Ziskaf, Vol. 4, No. 1, (Juni 2017), h. 7-8

hal ini sangat berkaitan erat, walaupun pada kenyataannya semua juga tergantung objek dan tergantung energi yang digunakan tokoh masyarakat ketika melihat hal tersebut.

- 2) Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dan lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya.<sup>22</sup>

## 5. Internet Banking

*Internet Banking* merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online, kehadiran layanan *internet banking* ternyata telah mengubah secara dramatis terhadap pola interaksi antara lembaga keuangan dengan nasabahnya. Dengan, disediakannya fasilitas layanan *internet banking*, nasabah bank mendapatkan keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan kegiatan setiap saat. Nasabah juga dapat, mengakses layanan *internet banking* melalui *personal computer*, pensel atau media *wireless* lainnya.<sup>23</sup>

Menurut pernyataan dari Bank Indonesia, *Internet Banking* adalah suatu sistem perbankan yang memungkinkan nasabah untuk bisa melakukan suatu transaksi perbankan yang luas secara elektronik melalui situs yang dimiliki oleh

---

<sup>22</sup>Rahmat Dahlan, *Faktor-Faktor...*, h. 8-9

<sup>23</sup>Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum...*, h.21

bank yang bersangkutan. Internet dapat diartikan sebagai sebuah jaringan komputer yang terdiri dari jaringan kecil yang terhubung seluruh dunia.<sup>24</sup>

Aplikasi dari teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif. Tanpa adanya aplikasi teknologi dari *internet banking*, maka *internet banking* tidak akan jalan dan dapat dimanfaatkan oleh industri perbankan. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya melalui portal internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya.<sup>25</sup>

## 6. Minat

### a. Pengertian Minat

Menurut Yessy Nur Endah Sary, “minat merupakan suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu. Minat merupakan kekuatan dari dalam dan tampak dari luar sebagai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pemikiran dan perasaan.<sup>26</sup> Menurut Kamus Besar Indonesia (KBBI), minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah, keinginan.<sup>27</sup> Pada semua usia minat memainkan peran yang

---

<sup>24</sup> Firda Rohmah Amelia, *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Kenyamanan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Pada bank BNI Surabaya*, Artikel Ilmiah (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2017), h. 3

<sup>25</sup> Firda Rohmah Amelia, *Pengaruh Kemudahan...*, h. 3

<sup>26</sup> Yessy Nur Endah Sary, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Panama Publishing, 2015), h. 10

<sup>27</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, dikutip dari <https://kkbi.web.id/minat> diakses pada hari Jum'at, Tanggal 7 Juni 2019

penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang minatpun berkurang.<sup>28</sup>

Persepsi terhadap suatu objek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakan untuk mempersepsikan. *Perceptual vigilance* tersebut diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulasi, hal ini juga dapat diartikan sebagai minat.<sup>29</sup>

Ada beberapa pengertian minat menurut para ahli, yaitu :

- 1) Menurut Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.<sup>30</sup>
- 2) Menurut M. Dalyono, minat dapat timbul karena daya tarik dari luar dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu

---

<sup>28</sup>Elizabeth B. Hurlock, *Child Development*. Alih bahasa Meitasari Tjandrasa, Anak, Ed. 6, (Jakarta : Erlangga, t. t, 2000), h. 114

<sup>29</sup>Makmun Khairani, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), h. 64

<sup>30</sup>Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h.180

merupakan midal yang besar artinya untuk mencapai benda/tujuan yang diminati itu.<sup>31</sup>

- 3) Menurut Djaali Minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>32</sup>

#### **b. Macam-macam Minat**

Minat dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam, jika dari sudut pandang dan cara mengelompokkannya terbagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *cultural* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat *cultural* atau minat *social* adalah minat yang timbul karena proses belajar.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat instrinsik dan ekstrinsik. Minat instrintik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
3. Berdasarkan cara mengungkap, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu :

---

<sup>31</sup> M. Dalyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Renika Cipta, 2015), h. 56

<sup>32</sup>Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 121

- a) *expressed interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
- b) *Manifest interest*, minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.
- c) *Tested interest*, minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
- d) *Inventoried interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan ala-alat yang sudah distandarisasikan.<sup>33</sup>

### c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu : yang bersumber dari individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu dan kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan mempunyai pengaruh cukup besar terhadap minat seseorang.<sup>34</sup>

Menurut Crow, ada tiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat, yaitu :

---

<sup>33</sup>Aisyah Marsela, *Minat Mahasiswa...*, h. 19

<sup>34</sup>Rama Yeni, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. 2015, h. 21

- a) Dorongan dari individu, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan. Minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu atas rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu dan melakukan penelitian, dan lainnya.
- b) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu. Misalnya, minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapatkan persetujuan atau perhatian orang lain. Minat untuk menuntut ilmu timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas/orang pandai mendapat kedudukan yang tinggi dan terpuja di masyarakat.
- c) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan atau nilai guna dalam suatu hal, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap suatu hal.<sup>35</sup>

Selain faktor-faktor secara umum di atas, minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* juga bisa dipengaruhi oleh *shared value* (nilai lebih) dan *communication* (komunikasi).

- a) *Shared value* (nilai lebih), secara umum perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh penghargaan untuk mencapai sesuatu hasil yang diinginkan dari pada dorongan dalam diri. Di dalam konteks *internet*

---

<sup>35</sup>Aisyah Marsela, *Minat Mahasiswa...*, h. 18

*banking* biasanya nilai lebih disimbolkan sebagai kepercayaan konsumen terhadap nilai-nilai seperti etika, kemudahan, kegunaan, keamanan, dan privasi.

- b) *Communication* (komunikasi), semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu website Bank, semakin besar pengaruhnya terhadap minat konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan dan menggunakan transaksi online. Komunikasi dapat diukur dengan indikator keterbukaan, kecepatan, respon dan kualitas informasi.<sup>36</sup>

## **7. *Tecnology Acceptence Model***

Menurut Davis (1989), pendekatan TAM adalah sebagai berikut :

*Tecnology Acceptence Model* (TAM) merupakan teori yang memberikan penjelasan yang kuat dan sederhana mengenai penerimaan teknologi dan perilakunya. TAM juga menjelaskan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan dan keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi.<sup>37</sup>

TAM diadopsi dan dikembangkan dari *The Theory Of Reasoned Action* (TRA) yang merupakan tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Azjen pada tahun 1980. Premis yang dikembangkan oleh TRA yaitu, reaksi dan persepsi seseorang terhadap suatu hal akan menemukan sikap dan perilaku orang tersebut.

---

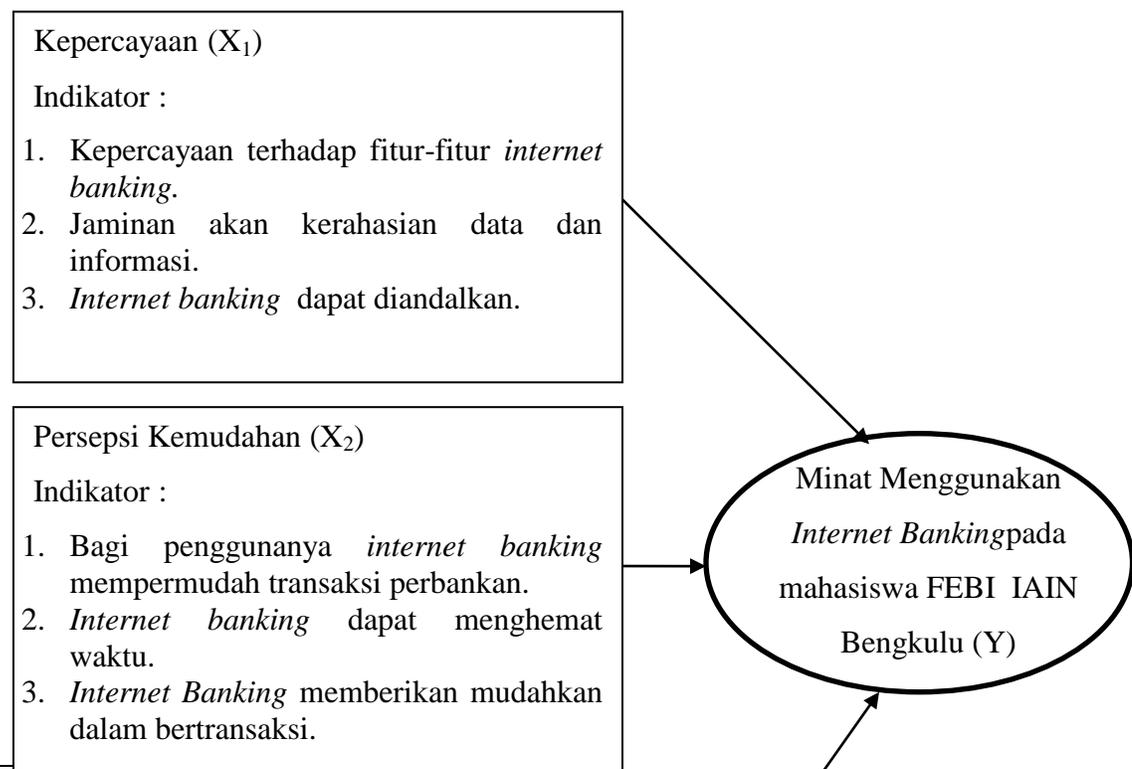
<sup>36</sup>Reza Robbiansyah, “*Analisis Faktor-Faktor (Nilai Lebih dan Komunikasi) Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking di PT Bank BNI Syariah KVP Sidoarjo*”, Skripsi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), h. 13-16

<sup>37</sup>Sefrika, *Analisis Penerimaan Teknologi E-Learning Pada BSI Jakarta*, Jurnal, Journal Of Informatic Pelita Nusantara, Volume 3, No.1, e-ISSN 2541-3724, (Maret, 2018), h. 2

Model TAM sendiri dikembangkan oleh Davis F.D pada tahun 1989. Dan menjadi salah satu model yang paling banyak digunakan dalam penelitian. Model TAM juga sudah terbukti menjadi model teoritis yang sangat membantu dalam memahami dan menjelaskan perilaku pemakai dalam implementasi sistem informasi, TAM memiliki dua elemen penting yaitu persepsi manfaat/kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan.<sup>38</sup> “*Teori Acceptance Model (TAM)* merupakan model yang dirancang untuk memprediksi penerimaan aplikasi komputer dan faktor-faktor yang berhubungan dengan pengguna teknologi.”<sup>39</sup>

## B. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



<sup>38</sup> Andrew Gunawan, *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet banking*, Jurnal, Jurnal Nominal, Volume III No.2, (2014), h. 58

<sup>39</sup> Deri Riski Paganta DKK, *Pengaruh Kepercayaan...*, h. 4

Persepsi Kegunaan ( $X_3$ )

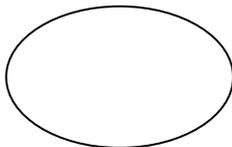
Indikator:

1. Bagi penggunanya menggunakan *Internet banking* menjadi lebih mudah.
2. *Internet banking* dapat meningkatkan pengetahuan pengguna.
3. *Internet banking* dapat mempercepat waktu pengguna dalam transaksi perbankan.

Keterangan :



= Variabel Bebas (*Independent Variables*) yaitu Kepercayaan ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) dan Persepsi Kegunaan ( $X_3$ ).



= Variabel Terikat (*Dependent Variables*) yaitu Minat Menggunakan *Internet Banking* bagi mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu.



= Menunjukkan adanya pengaruh antara Variabel  $X_1$  terhadap Y, Variabel  $X_2$  terhadap Y, dan Variabel  $X_3$  terhadap Y.

### C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, tujuan penelitian dikaitkan dengan tinjauan pustaka dalam penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *Internet Banking*.
2. Terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *Internet Banking*.
3. Terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *Internet Banking*.
4. Terdapat pengaruh secara simultan kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *Internet Banking*.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*).

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif yang menjelaskan pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*. Penelitian kuantitatif adalah merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka-angka, tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran akurat dari sebuah data, menggambarkan suatu proses, mekanisme, atau hubungan antar kejadian.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2015), h. 105

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

### 1. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2019 sampai dengan Juli 2019.

### 2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di lingkungan kampus IAIN Bengkulu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## **C. Populasi dan Sampel**

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>41</sup> Berdasarkan pernyataan diatas populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI program studi perbankan syariah angkatan 2015 yaitu sebanyak 233 mahasiswa.<sup>42</sup>

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

---

<sup>41</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 80

<sup>42</sup>Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), di akses pada 01 Juni 2019.

kebetulan atau *incedental* bertemu dengan penulis dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>43</sup> Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.<sup>44</sup> Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$e^2$  = *Error level* atau tingkat kesalahan (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%).<sup>45</sup>

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut.

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

$$n = \frac{233}{(233) \cdot 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{233}{3,33}$$

$$n = 69,96 \text{ dibulatkan menjadi } 70$$

---

<sup>43</sup>Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 76-78

<sup>44</sup>Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabers, 2010), h.22

<sup>45</sup>Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Group, 2016), h. 158

$n= 70$  responden

Jadi ada 70 responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

#### **D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

##### 1. Sumber Data

Adapun data yang diperoleh pada penelitian ini adalah:

##### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan sebanyak 70 kuesioner yang akan dibagikan secara acak kepada mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu program studi perbankan syariah angkatan 2015. Kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian, yang pertama terkait dengan karakteristik mahasiswa berdasarkan segmentasi demografi, seperti nama, jenis kelamin dan usia. Bagian kedua berisi daftar variabel tentang pendapat mahasiswa terhadap kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam menggunakan *internet banking*. Adapun kategori yang digunakan adalah kategori *scrolling* seperti dibawah ini:

**Tabel 3.1**

**Skala Likert Pada Pernyataan Tertutup**

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Martina Khusnul Khotimah, 2017.<sup>46</sup>*

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Melainkan sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Data ini diambil melalui kajian pustaka dari buku, jurnal ataupun dari penelitian lain yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

---

<sup>46</sup>Martina Khusnul Khotimah, *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya IB Hasanah BNI Syariah Cabang Bengkulu*, Skripsi (Bengkulu: Institute Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018), h.28

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini agar mendapatkan data akurat adalah:<sup>47</sup> menggunakan instrumen berupa wawancara tidak terstruktur, observasi dan angket/kuesioner.

## E. Definisi Operasional Variabel

### 1. Variabel Bebas (*Independent Variables*) Kepercayaan ( $X_1$ )

Menurut Tatik Suryani kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi *internet banking* aman untuk digunakan. Kepercayaan menjadi lebih penting dalam dunia *online banking* mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya, oleh karena itu membangun kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah adalah sangat diutamakan bagi terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap bank.<sup>48</sup>

### 2. Variabel Bebas (*Independent Variables*) Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

Menurut Jogiyanto, persepsi kemudahan pengguna secara kontras mengacu pada suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem layanan tersebut tidak perlu bersusah payah. Persepsi kemudahan juga didenifikasikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan

---

<sup>47</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D...*, h.138

<sup>48</sup> Nur Aini, *Pengaruh Kepercayaan...*, h. 6

teknologi tersebut akan bebas dari usaha. Seseorang yang mudah menggunakan sistem informasi dan sebaliknya.<sup>49</sup>

3. Variabel Bebas (*Independent Variables*) Persepsi Kegunaan ( $X_3$ )

Menurut Jahangir and Begum dalam Priyanto persepsi kegunaan adalah probabilitas subjektif menggunakan teknologi akan memperbaiki cara pengguna agar dapat menyelesaikan tugas yang diberikan.<sup>50</sup>

4. Variabel Terikat (*Dependent Variables*) Minat Menggunakan *Internet Banking* (Y)

Menurut Yessy Nur Endah Sary, “ minat merupakan suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu. Minat merupakan kekuatan dari dalam dan tampak dari luar sebagai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pemikiran dan perasaan.<sup>51</sup>

## **F. Instrumen Penelitian**

1. Kuesioner/Angket

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara pengisian angket atau kuesioner. Dalam pengukuran kuesioner penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert digunakan apabila menginginkan data tentang pendapat sampel mengenai masalah yang diteliti, juga

---

<sup>49</sup> Nur Aini, *Pengaruh Kepercayaan...*, h. 5

<sup>50</sup> Muftafida Higya Aryani, *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified TAM*, Skripsi (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), h.5

<sup>51</sup> Yessy Nur Endah Sary, *Psikologi Pendidikan...*, h.10

dapat dilakukan untuk penilaian kuantitatif terhadap keseluruhan atau setiap sampel.<sup>52</sup>

## 2. Dokumentasi

Penggunaan dokumentasi yaitu sebagai alat pelengkap untuk mendokumentasikan hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti dan juga dapat sebagai bukti penelitian dengan memotret yang terjadi dilapangan. Alat yang digunakan dalam dokumentasi ini adalah kamera *handphone*.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Kualitas Data

#### a. Validasi

Darmadi menjelaskan bahwa validasi instrumen adalah kemampuan instrumen untuk mengukur dan menggambarkan keadaan suatu aspek sesuai dengan maksudnya untuk apa instrumen itu dibuat. Uji validasi digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.<sup>53</sup> Uji validasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Statistical Packages for Social Science (SPSS) for Window Release 16,0*.

#### b. Reliabilitas

---

<sup>52</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2014).

<sup>53</sup> Budi Setiawan, *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian dan Bisnis Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI, 2015), h. 74

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji angket atau instrumen data atau instrumen tersebut dapat benar-benar dipercaya dan dapat diandalkan.<sup>54</sup>

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *reability analysis scale (Cronbach's Alpha)* dengan bantuan program komputer SPSS versi 16.0 *for windows*.

## 2. Uji Asumsi Dasar

### a. Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.<sup>55</sup> Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji normalitas *Kolomogorow Smirnov Z*. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS* versi 16 *for windows*.

### b. Homogenitas Data

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak.<sup>56</sup> Metode yang digunakan untuk uji homogenitas data dalam penelitian ini adalah *Levene Test* yaitu *Test of Homogeneity of Variance*. Pada penelitian

---

<sup>54</sup>Budi Setiawan, *Teknik Praktis...*, h. 74

<sup>55</sup> Asnaini dkk, *Pedoman Penulisan...*, h. 29

<sup>56</sup> Asnaini dkk, *Pedoman Penulisan...*, h. 29

ini, uji homogenitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 16 *for windows*.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *Varlance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang 0,1, maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas.<sup>57</sup>

#### b. Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak naik atau tidak layak dipakai prediksi. Untuk menguji autokorelasi dengan menggunakan nilai dari *Durbin-Watson* (DW). Dikatakan bebas autokorelasi apabila nilai  $DU < DW < 4-DU$ .<sup>58</sup>

#### c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu cara paling akurat untuk

---

<sup>57</sup>Asnaini dkk, *Pedoman Penulisan...*, h. 29

<sup>58</sup>Edy Supriyadi, *Spss + Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), h. 83

mendeteksi heteroskedatisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan cara meregreskan variabel independen (bebas) dengan nilai absolute residualnya.<sup>59</sup>

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Model Regresi Linier Berganda

Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap minat menggunakan *Internet Banking* pada mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu. Uji regresi berganda yang digunakan maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan

B = Beta

X<sub>1</sub> = Kepercayaan

X<sub>2</sub> = Persepsi Kemudahan

X<sub>3</sub> = Persepsi Kegunaan

a = angka konstanta dari *understandarized coefficient*

##### b. Uji-t

---

<sup>59</sup>Sahid Raharjo, *Spss Indonesia Olah Data Statistik Dengan SPSS*, [https://www.spssindonesia.com/2018/3/download-file-praktik-latihan-spss-youtube\\_Html](https://www.spssindonesia.com/2018/3/download-file-praktik-latihan-spss-youtube_Html), di akses pada hari sabtu 7 april 2019.

Teknik uji ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait.

- 1) Jika sig. < 0,05 maka variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependent.
- 2) Jika sig. > 0,05 maka variabel independent secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

c. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait.<sup>60</sup> Uji F bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh Kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Kualitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), h.106

<sup>61</sup>Agustina, *Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mansiri Kantor Cabang Bengkulu*. Skripsi, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018), h. 62-63

**Tabel 3.2**  
**Nilai Interval**

<b>Nilai Interval</b>	<b>Kekuatan Hubungan</b>
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

*Sumber: Agustina, 2018*

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas di IAIN Bengkulu berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia (PMA RI) Nomor 30 Tahun 2015. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) memiliki 4 program studi yaitu : Prodi Ekonomi Syariah, Prodi Perbankan Syariah, Prodi Zakat dan Wakaf, Prodi Manajemen Haji dan Umrah.

Perkembangan lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non perbankan yang begitu pesat mendorong IAIN Bengkulu untuk mendirikan fakultas tersendiri yang khusus menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu telah melahirkan alumni-alumni yang berkompeten. Alumni Fakultas ban Bisnis Islam IAIN Bengkulu akan menjadi lembaga pendidikan ekonomi islam yang selalu akan dikembangkan dengan sains dan kewirausahaan agar terciptanya ekonomi masyarakat yang baik dan bersih.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), Diakses Pada 1 Juni 2019.

## **2. Visi, Misi, dan Motto Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

### **Visi :**

*“Unggul dalam kajian dan pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara tahun 2037”.*

### **Misi :**

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis dan profesional dalam ekonomi dan bisnis islam.
- 2) Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi dan bisnis islam
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat dibidang ekonomi dan bisnis islam yang berbasis pada pemberdayaan
- 4) Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan, pemerintah, dan swasta ditingkat local, nasional dan internasional.

### **Motto :**

“EKSIS” (Edukatif, Sportif, Islami dan Santun ).<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup>Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), diakses Pada 1 Juni 2019.

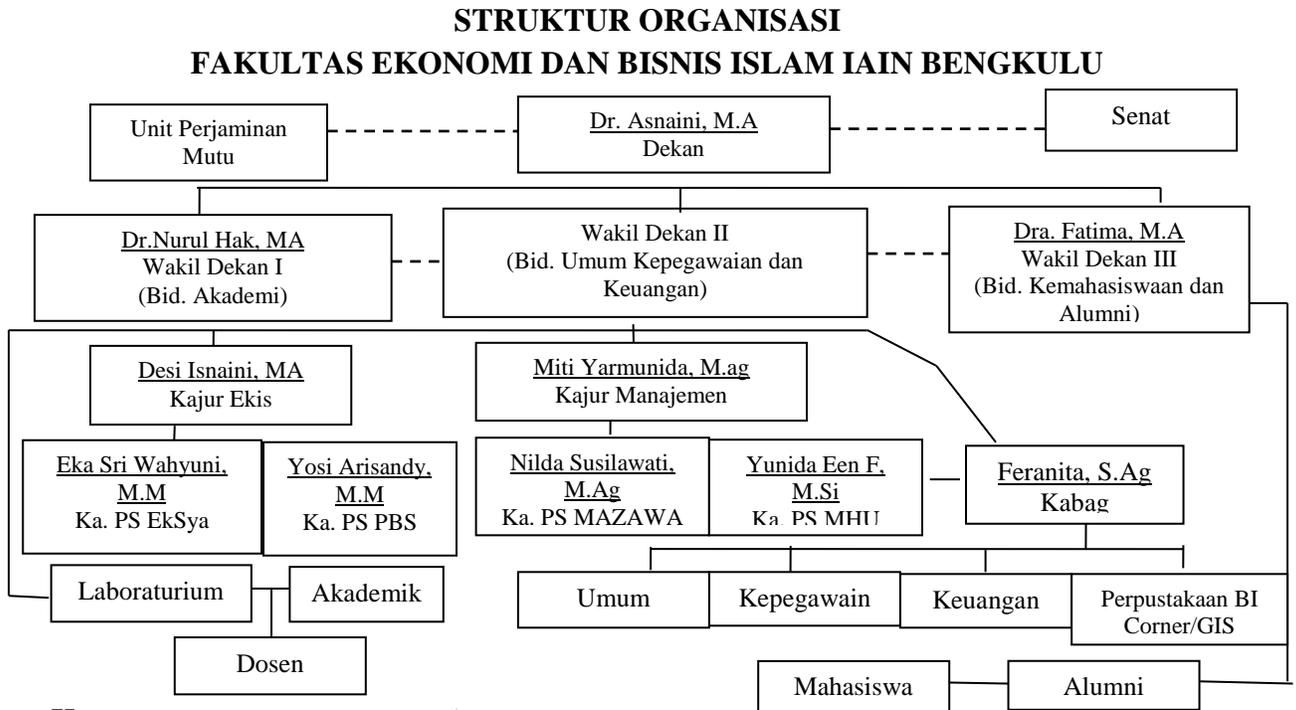
### **Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

- 1) Menghasilkan lulusan yang berkualitas secara akademis dan moral serta berorientasi global dalam bidang ekonomi dan manajemen syariah.
- 2) Menyelenggarakan pendidikan berlandaskan prinsip-prinsip tata kelola organisasi yang baik dan sehat.
- 3) Meningkatkan kuantitas dan kualitas dosen untuk menghadapi persaingan global.
- 4) Meningkatkan kualitas penelitian dalam bidang ekonomi dan manajemen syariah yang berorientasi pada keunggulan global.
- 5) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang ekonomi dan manajemen syariah.
- 6) Memperluas kerja sama strategis dengan pemerintah, dunia industry, dan lembaga-lembaga pendidikan.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup>Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), diakses pada 1 Juni 2019.

### 3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



#### Keterangan

Garis Koordinasi : - - - - -

Garis Komando/Instruksi : \_\_\_\_\_

\*)Sumber febis.iainbengkulu.ac.id

### 4. Visi dan Misi Program Studi Perbankan Syariah

#### Visi :

*“Unggul dalam memadukan ilmu Perbankan Syariah, Sains dan kewirausahaan pada tahun 2027 di Indonesia Bagian Barat”*

#### Misi :

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis dan Profesional dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.

- 2) Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
- 4) Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan syariah di tingkat lokal, nasional dan internasional.<sup>65</sup>

### **5. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2015**

Mahasiswa program studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu angkatan 2015 memiliki mahasiswa aktif tahun 2019 sebanyak 233 mahasiswa yang terbagi menjadi 7 kelas. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2015 masih banyak yang belum mengetahui kegunaan dan kemudahan yang terdapat dalam layanan *internet banking*.

### **B. Hasil Penelitian**

#### **3) Pengujian Kualitas Data**

##### **b. Validasi**

Uji validasi digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.<sup>66</sup> Uji validasi dilakukan dengan menggunakan Metode *Pearson's Product Moment*

---

<sup>65</sup>Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), diakses Pada 1 Juni 2019.

<sup>66</sup>Budi Setiawan, *Teknik Praktis...*, h. 74

*Correlation* dengan signifikan 5% dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS *for Windows* versi 16,0. Dimana ketentuan pengambilan keputusan dapat dikatakan valid jika  $r$  hitung > dari  $r$  tabel (0,235).

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Penelitian**

Variabel		r Hitung	r Tabel 5% (70)	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0,756	0,235	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,709	0,235	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,725	0,235	Valid
Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0,749	0,235	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,711	0,235	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,799	0,235	Valid
Persepsi Kegunaan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0,701	0,235	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,749	0,235	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,761	0,235	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,587	0,235	Valid
	Y.2	0,608	0,235	Valid
	Y.3	0,706	0,235	Valid

\*)Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini berarti setiap butir pertanyaan baik atau dapat diterima untuk dijadikan sampel.

c. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji angket atau instrumen data atau instrumen tersebut dapat benar-benar dipercaya dan dapat diandalkan. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *reability analysis scale (Cronbach's Alpha)* dengan bantuan program komputer SPSS versi 16.0 for windows.<sup>67</sup> Dimana kuesioner akan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > r tabel (0,235).

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	r Tabel 5 % (70)	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	0,689	4	0,235	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X <sub>2</sub> )	0,663	4	0,235	Reliabel
Persepsi Kegunaan (X <sub>3</sub> )	0,559	4	0,235	Reliabel
Minat	0,549	4	0,235	Reliabel

\*)Sumber : Data Primer diolah, 2019

<sup>67</sup>Budi Setiawan, *Teknik Praktis...*, h. 74

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $Y$  memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari pada r tabel (0,235) sehingga dinyatakan semua variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten. Hal ini berarti setiap butir-butir pertanyaan pada setiap variabel dapat dipercaya dan dapat diandal menjadi sampel.

## 2. Uji Asumsi Dasar

### a. Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorow Smirnov Z*.<sup>68</sup> Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS* versi 16for windows. Dengan kriteria kenormalan apabila  $Sig. > 0,05$  maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

#### 1) Uji Normalitas Variabel $X_1$ (Kepercayaan)

**Tabel 4.3**  
**Uji Normalitas Variabel  $X_1$**   
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kepercayaan
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	13.0143

<sup>68</sup> Asnaini dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), h. 29

	Std. Deviation	1.35660
Most Extreme	Absolute	.167
Differences	Positive	.133
	Negative	-.167
Kolmogorov-Smirnov Z		1.399
Asymp. Sig. (2-tailed)		.40

a. Test distribution is Normal.

\*)Sumber : *Data Primer diolah, 2019*

Dilihat dari tabel di atas berdasarkan hasil uji normalitas data variabel  $X_1$  memperoleh nilai sig. 0,40 lebih besar dari 0,05 atau  $0,40 > 0,05$  yang berarti sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2) Uji Normalitas Variabel  $X_2$  (Persepsi Kemudahan)

**Tabel 4.4**  
**Uji Normalitas Variabel  $X_2$**   
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Persepsi_kemudahan
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	13.0286
	Std. Deviation	1.30741
Most Extreme	Absolute	.184
Differences	Positive	.184
	Negative	-.128
Kolmogorov-Smirnov Z		1.542

Asymp. Sig. (2-tailed)	.17
------------------------	-----

a. Test distribution is Normal.

\*) Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dilihat dari tabel di atas berdasarkan hasil uji normalitas data variabel  $X_2$  memperoleh nilai sig. 0,17 lebih besar dari 0,05 atau  $0,17 > 0,05$  yang berarti sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

3) Uji Normalitas Variabel  $X_3$

**Tabel 4.5**  
**Uji Normalitas Variabel  $X_3$**   
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Persepsi_Kegunaan
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	13.0857
	Std. Deviation	1.32690
Most Extreme Differences	Absolute	.174
	Positive	.169
	Negative	-.174
Kolmogorov-Smirnov Z		1.458
Asymp. Sig. (2-tailed)		.29

a. Test distribution is Normal.

\*) Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dilihat dari tabel di atas berdasarkan hasil uji normalitas data variabel  $X_3$  memperoleh nilai sig. 0,29 lebih besar dari 0,05 atau  $0,29 > 0,05$

0,05 yang berarti sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

4) Uji Normalitas Variabel Y

**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas Variabel Y**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Minat_Menggunakan
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	13.0000
	Std. Deviation	1.15470
Most Extreme Differences	Absolute	.192
	Positive	.192
	Negative	-.150
Kolmogorov-Smirnov Z		1.610
Asymp. Sig. (2-tailed)		.11

a. Test distribution is Normal.

\*)Sumber : *Data Primer diolah, 2019*

Dilihat dari tabel di atas berdasarkan hasil uji normalitas data variabel Y memperoleh nilai sig. 0,11 lebih besar dari 0,05 atau 0,11 > 0,05 yang berarti sampel yang berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Homogenitas Data

Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas dilakukan untuk

mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Metode yang digunakan untuk uji homogenitas data dalam penelitian ini adalah *Levene Test* yaitu *Test of Homogeneity of Variance*. Pada penelitian ini, uji homogenitas dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 16 *for windows*.<sup>69</sup> Dengan kriteria apabila Sig. > 0,05 maka varian dari kelompok populasi adalah sama atau homogen.

**Tabel 4.7**  
**Uji Homogenitas**  
**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kepercayaan	1.010	4	64	.409
Persepsi_kemudahan	2.485	4	64	.052
Persepsi_Kegunaan	.556	4	64	.695

\*)Sumber: *Data Primer Diolah, 2019*

Dilihat dari tabel uji homogenitas diatas diketahui bahwa nilai sig. dari seluruh variabel penelitian memiliki nilai lebih besar dari 0,05 atau sig. > 0,05, maka demikian dapat dikatakan bahwa variabel-variabel penelitian ini bersifat homogen yang berarti sampel yang diambil dari populasi yang sama dapat mewakili dari sejumlah populasi.

### 3. Uji Asumsi Klasik

---

<sup>69</sup>Asnaini dkk, *Pedoman Penulisan...*, h. 29

a. Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi. Metode yang digunakan untuk medeteksi adanya multikolinieritas yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *Varlance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang 0,1, maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinieritas.<sup>70</sup>

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	4.005	1.514		2.645	.010		
Kepercayaan	.198	.086	.232	2.300	.025	.914	1.094
Persepsi_Kemudahan	.085	.093	.097	.915	.364	.837	1.195
Persepsi_Kegunaan	.406	.094	.466	4.340	.000	.808	1.238

a. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

\*)Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas hasil uji multikolonieritas dari semua variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar 0,1 dan memiliki nilai VIF lebih kecil

<sup>70</sup>Asnaini dkk, *Pedoman Penulisan...*, h. 29

dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala ataupun masalah multikolinieritas dalam model regresi ini.

b. Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak naik atau tidak layak dipakai prediksi. Untuk menguji autokorelasi dengan menggunakan nilai dari *Durbin-Watson* (DW). Dikatakan bebas autokorelasi apabila nilai  $DU < DW < 4-DU$ .<sup>71</sup>

**Tabel 4.9**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.356	.92642	2.259

a. Predictors: (Constant), Persepsi\_Kegunaan, Kepercayaan, Persepsi\_Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

\*)*Sumber : Data Primer diolah, 2019*

Diketahui nilai dalam model regresi ini yaitu :  $DW = 2,259$  dan nilai  $DU = 1,7028$ , dan dapat dikatakan bebas autokorelasi apabila nilai  $DU < DW < 4-DU$  berdasarkan rumus diatas maka didapatkan nilai  $1,7028 < 2,259 <$

---

<sup>71</sup>Edy Supriyadi, *Spss + Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), h. 83

$(4-1,7028) = 2,2972$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi ini.

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu cara paling akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji *glejser*. Uji *glejser* dilakukan dengan cara meregreskan variabel independen (bebas) dengan nilai absolute residualnya.<sup>72</sup> Dapat dikatakan bebas heteroskedastisitas apabila sig. lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4.10**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.531	.944		.562	.576
Kepercayaan	.028	.054	.065	.520	.605
Persepsi_kemudahan	-.087	.058	-.197	-1.501	.138
Persepsi_Kegunaan	.072	.058	.164	1.227	.224

<sup>72</sup>Sahid Raharjo, *Spss Indonesia Olah Data Statistik Dengan SPSS*, [https://www.spssindonesia.com/2018/3/download-file-praktik-latihan-spss-youtube\\_Html](https://www.spssindonesia.com/2018/3/download-file-praktik-latihan-spss-youtube_Html), pada hari sabtu 7 april 2019.

**Tabel 4.10**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.531	.944		.562	.576
Kepercayaan	.028	.054	.065	.520	.605
Persepsi_kemudahan	-.087	.058	-.197	-1.501	.138
Persepsi_Kegunaan	.072	.058	.164	1.227	.224

a. Dependent Variable: RES2

\*)Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dari tabel diatas didapatkan nilai sig. Kepercayaan 0,605, nilai sig. Persepsi Kemudahan 0,138 dan nilai sig. Persepsi Kegunaan 0,224 yang menunjukkan semua nilai sig. tersebut lebih besar dari 0,05 hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalm model regresi ini, maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam mengukur minat mahasiswa.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Model Regresi Linier Berganda

Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap minat menggunakan *Internet Banking* pada mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu.

**Tabel 4.11**  
**Uji Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.005	1.514		2.645	.010
Kepercayaan	.198	.086	.232	2.300	.025
Persepsi_Kemudahan	.085	.093	.097	.915	.364
Persepsi_kegunaan	.406	.094	.466	4.340	.000

a. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

\*)Sumber : Data Primer diolah, 2019

Dari data tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 4,005 + (0,198) X_1 + (0,085) X_2 + (0,406) X_3$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (a) adalah 4,005, dapat diartikan bahwa variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan konstan maka nilai minat mahasiswa adalah sebesar 4,005.

- 2) Koefisien regresi Kepercayaan ( $X_1$ ) adalah 0,198 menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif terhadap Y yaitu meningkat sebesar 0,198.
- 3) Koefisien regresi Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) adalah 0,085, yang menunjukkan bahwa variabel  $X_2$  berpengaruh positif terhadap Y, yaitu meningkat sebesar 0,085.
- 4) Koefisien regresi Persepsi Kegunaan ( $X_3$ ) adalah 0,406, menunjukkan bahwa variabel  $X_3$  berpengaruh positif terhadap Y, yaitu sebesar 0,406.

b. Uji-t

Teknik uji ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $\text{sig.} < \alpha$  0,05, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terkait.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup>Agustina, *Pengaruh Promosi...*, h. 62-63

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji-t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.005	1.514		2.645	.010
Kepercayaan	.198	.086	.232	2.300	.025
Persepsi_Kemudahan	.085	.093	.097	.915	.364
Persepsi_kegunaan	.406	.094	.466	4.340	.000

a. Dependent Variable:Minat\_Menggunakan  
\*)Sumber : Data Primer diolah, 2019

$H_a$  = Variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent

$H_0$  = Variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent

Dengan ketentuan pengambilan keputusan :

- 1) Jika sig. < 0,05 berarti hipotesis diterima
- 2) Jika sig. > 0,05 berarti hipotesis ditolak

Berdasarkan tabel hasil uji-t diatas dapat diurakan sebagai berikut :

- 1) Pengajuan hipotesis pertama

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai sig. Kepercayaan ( $X_1$ ) adalah 0,025 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,025 < 0,05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima, artinya faktor

kepercayaan berpengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

2) Pengajuan hipotesis kedua

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai sig. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) yaitu 0,364 yang berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,364 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) ditolak. Yang artinya Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan atau berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

3) Pengajuan hipotesis ketiga

Dari tabel diatas didapatkan nilai sig. Persepsi Kegunaan ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka didapatkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima, yang berarti persepsi kegunaan terdapat pengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

c. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terkait.<sup>74</sup> Uji F bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat

---

<sup>74</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Kualitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), h.106

mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*. Jika nilai sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh secara simultan terhadap minat Mahasiswa menggunakan *internet banking*.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	35.355	3	11.785	13.731	.000 <sup>a</sup>
Residual	56.645	66	.858		
Total	92.000	69			

a. Predictors: (Constant), Persepsi\_kegunaan, Kepercayaan, Persepsi\_Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat\_Menggunakan

\*)Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel uji F diatas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), hal ini dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat ( $H_4$ ) diterima, yang berarti Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan *internet banking*.

d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh Kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.<sup>75</sup>

**Tabele 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 <sup>a</sup>	.384	.356	.92642

a. Predictors: (Constant), Persepsi\_kegunaan, Kepercayaan, Persepsi\_Kemudahan

\*)*Sumber : Data Primer diolah, 2019*

Berdasarkan data tabel diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,356 atau 35,6 %, hal ini menunjukkan bahwa 35,6 % minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu dipengaruhi variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dan 64,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

## B. Pembahasan

### 1) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Internet Banking*

Berdasarkan hasil uji-t menunjukkan nilai sig. Kepercayaan ( $X_1$ ) adalah 0,025 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,025 < 0,05$ ) artinya kepercayaan

---

<sup>75</sup>Agustina, *Pengaruh Promosi...*, h. 62-63

berpengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

2) **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Internet Banking***

Berdasarkan hasil uji-t didapatkan nilai sig. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) yaitu 0,364 yang berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,364 > 0,05$ ) Yang artinya Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan atau berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

3) **Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Internet Banking***

Berdasarkan hasil uji-t didapatkan nilai sig. Persepsi Kegunaan ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), yang berarti persepsi kegunaan terdapat pengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*.

4) **Pengaruh Bersama-Sama Atau Simultan antara Variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking***

Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), yang berarti Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan *internet banking*.

5) **Seberapa Besar Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Internet Banking***

Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,356 atau 35,6 %, hal ini menunjukkan bahwa 35,6 % minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu dipengaruhi variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dan 64,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan atau berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t yang menunjukkan nilai sig. Kepercayaan ( $X_1$ ) adalah 0,025 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,025 < 0,05$ ), maka  $H_1$  diterima.
2. Variabel Persepsi kemudahan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan atau berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji-t didapatkan nilai sig. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ) yaitu 0,364 yang berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,364 > 0,05$ ), maka  $H_2$  ditolak.
3. Variabel Persepsi Kegunaan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan atau berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu menggunakan *internet banking*. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji-t didapatkan nilai sig. Persepsi Kegunaan ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_3$  diterima.

4. Variabel Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan *internet banking*. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_4$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
5. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,356 atau 35,6 %, hal ini menunjukkan bahwa 35,6 % minat mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu dipengaruhi variabel kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dan 64,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka ada beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan :

1. Bagi perbankan yang memiliki layanan *internet banking*

Dalam penelitian yang dilakukan banyak sekali nasabah terkhususnya mahasiswa yang belum menggunakan bahkan belum mengetahui apa itu *internet banking* dan kemudahannya. Agar dapat meningkatkan minat penggunaan *internet banking* perbankan perlu meningkatkan promosi agar nasabah mengetahui tentang *internet banking*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini atau mengambil teori yang sama diharapkan dapat lebih menyempurnakannya kepada

responden, menambah atau mengganti dengan variabel lain dan menambah jumlah sampel agar penelitian selanjutnya lebih berkembang dan lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Budi Riswandi. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: Raja GrafindoPersada. 2005.
- Agustina. *Pengaruh Promosi, Pelayanan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mansiri Kantor Cabang Bengkulu*. Skripsi Sarjana, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018).
- Aini, Nur. “*Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Mandiri Surabaya*”. Surabaya: Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. 2017.
- Aryani, Muftafida Higya. “*Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified TAM*” Surakarta: Skripsi Sarjana. Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2015.
- Asnaini, dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2016.
- Dahlan, Rahmat. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi nazhir Terhadap Wakaf Uang*, Jurnal, Jurnal Ziskaf, Vol. 4, No. 1, (Juni 2017).
- Dalyono, M. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Renika Cipta. 2015.
- Djaali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Firda, Amelia, Rohmah. “*Pengaruh Kemudahan Manfaat Keamanan, Kenyamanan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Pada Bank*

- BNI Surabaya*". Surabaya: Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. 2017.
- Gunawan, Andrew. "*Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet banking*". Jurnal, Jurnal Nominal, Volume III No.2, (2014).
- Hadi, Samsul dan Novi. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi. Volume IV, No 1, (2017).
- Higya, Muftafida Aryani. "*Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking Pendekatan Modified Technology Acceptance Model (Studi kasus pada nasabah Bank BCA di Surakarta)*", Surakarta: Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- Hurlock, Elizabeth B. *Child Development*. Alih bahasa Meitasari Tjandrasa. Anak. Ed. 6. Jakarta : Erlangga, t. t. 2000.
- Jamidan, Siti. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking*". Yogyakarta: Skripsi Sarjana. Universitas Islam Indonesia. 2016.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Dikutip dari <https://kkbi.web.id/minat> diakses pada hari Jum'at, Tanggal 7 Juni 2019.
- Khairani, Makmun. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo. 2013.
- Khotimah, Martina Khusnul. "*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya IB Hasanah BNI Syariah*

- Cabang Bengkulu*". Bengkulu: Skripsi Sarjana. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. 2017.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kualitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. 2011.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Marsela, Aisyah. *Minat Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi IAIN Bengkulu Terhadap Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, (Bengkulu: Skripsi Sarjana. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. 2018)
- Nasution, Mislah Hayati, Sutisna. "*Faktor Affecting The Interests Of Customer Of Internet Banking*". Jurnal, Jurnal Nisbah, Vol 1, No 1. (Djuanda: Dewan Redaksi. 2015).
- Noor, Juliansyah. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Prenada Group. 2016.
- Paganta, Deri Riski, dkk. "*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*". Padang: Jurnal, Universitas Bung Hatta.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset. 2012.

- Raharjo, Sahid, *Spss Indonesia Olah Data Statistik Dengan SPSS*. [https://www.spssindonesia.com/2018/3/download-file-praktik-latihan-spss-youtube\\_Html](https://www.spssindonesia.com/2018/3/download-file-praktik-latihan-spss-youtube_Html). Diakses pada hari Sabtu 7 april 2019.
- Ridwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabera. 2010.
- Robbiansyah, Reza. “*Analisis Faktor-Faktor (Nilai Lebih dan Komunikasi) Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking di PT Bank BNI Syariah KVP Sidoarjo*”. Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014.
- Sari, Dilla Oktavia Puspita. “*Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa STIE Perbanas Surabaya Menggunakan Internet Banking CIMB NIAG*”. Surabaya: Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. 2016.
- Sary, Yessy Nur Endah. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Panama Publishing. 2015.
- Sefrika. “*Analisis Penerimaan Teknologi E-Learning Pada BSI Jakarta*”. Jurnal, Journal Of Informatic Pelita Nusantara, Volume 3, No.1, e-ISSN 25413724, (Maret, 2018)
- Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2013.
- Setiawan, Budi. *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian dan Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV ANDI. 2015.

- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.2011.
- Sujarweni , Wiratna. *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015.
- Supriyadi, Edy.“*Spss + Amos*”. Jakarta: In Media. 2014.
- Suryani dan Hendryadi. “*Metode Riset Kuantitatif*”. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri. 2015.
- Suyanto, Agus. “*Psikologi Umum*”. Jakarta: PT Bumi Askara. 2014
- Wati, Fitri Indra. “*Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank BRI di Surabaya*”. Surabaya: Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas. (2015).
- Website FEBI IAIN Bengkulu, Dikutip dari [febis.iainbengkulu.ac.id](http://febis.iainbengkulu.ac.id), diakses pada 1 Juni 2019.
- Yani, Evi dkk. “*Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Terchnology AcceptenceModel*”, Jurnal. Jurnal Informatika. Vol.5, No. 1. (April, 2018).
- Yeni, Rama. *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. 2015.
- Yusuf, Febrian Maulana. “*Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mengguna-kan Internet Banking Pada Nasabah BRI Syariah Yogyakarta*”. Yogyakarta: Skripsi Sarjana. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. 2017.

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N

## DOKUMENTASI PENELITIAN



