

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI *MILLENNIALS*
(STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA SRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**MARWA FARIDA ANNUR
15820144**

**Dosen Pembimbing Skripsi :
JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.**

NIP.19840523 201101 1 008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-103/Un.02/DEB/PP.00.9/01/2019

Tugas Akhir dengan judul : **"Pengaruh Person Organization Fit (PO-Fit), Kompensasi, Employee Engagment terhadap Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening"**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Dewi Masitoh
Nomor Induk Mahasiswa : 15820020
Telah diujikan pada : Selasa, 08 Januari 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Dian Nuriyah Solissa, SH, M.Si.
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji I



Jauhan Paradi, S.H., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Penguji II


Rosvid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 14 Januari 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
D E K A N


Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Marwa Farida Annur

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Marwa Farida Annur
NIM : 15820144
Judul Skripsi : "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking* pada Generasi *Millennials* (Studi Kasus Pengguna Bank Syariah di Yogyakarta) "

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Januari 2019
Pembimbing

JAUHAR FARADIS, S.H., M.A.
NIP. 19840723 201101 1 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di
bawah ini:

Nama : Marwa Farida Annur

NIM : 15820144

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan Bahwa Skripsi yang Berjudul "**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI *MILLENNIALS* (STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 7 Januari 2019

Penyusun



Marwa Farida Annur
Marwa Farida Annur

NIM. 15820144

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marwa Farida Annur
NIM : 15820144
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:


**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI
MILLENNIALS (STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH DI
YOGYAKARTA)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 21 Desember 2018

Yang menyatakan



(Marwa Farida Annur)

MOTTO

**Kerjakan apa yang perlu dikerjakan
Selesaikan apa yang perlu diselesaikan
Perjuangkan apa yang harus diperjuangkan**



PERSEMBAHAN

Teruntuk bapak dan Almh. ibu tercinta, Bapak Turkan dan Almh. Ibu Susi Yulaika yang selalu memberikan doa dan berjuang untuk kesuksesan anak-anaknya.

Alhamdulillah Jazakallahu Khoiro pak

Saudaraku Soffa Farida Annur, David Arian Yusuf, Cantika Zulva Fitriana, dan Muhammad Irsyad Ardiansyah yang telah memberikan doa dan *support* selama

penulis menempuh pendidikan

Serta almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan yang diberikan oleh-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dorongan semangat dan bantuan apapun selama proses menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Jauhar Faradis, S.H.I., M.A selaku Dosen Pembimbing skripsi penyusun, yang selalu memberikan banyak masukan dan saran sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Farid Hidayat, S.H., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan arahnya dengan ikhlas kepada penulis, serta petugas perpustakaan yang telah meminjamkan buku-buku yang diperlukan sebagai bahan referensi penulis.
7. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Bapak Turkan dan Almh .Ibu Susi Yulaika, yang selalu tulus memberikan semangat, nasehat, motivasi dan tak pernah lupa mendoakan. Dan dorongan materil maupun nonmateril kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah selalu memberikan perlindungan dan kebarokahan untuk bapak dan ibu.

8. Saudara kembarku, Soffa Farida Annur, terimakasih untuk doa dan dukungannya. Semoga Allah juga memberikan kelancaran pada penyusunan skripsimu.
9. Teman-teman Perbankan Syariah C, terimakasih atas perhatian dan kebaikan teman-teman. Kalian akan selalu kukenang.
10. Keluarga besar Kelompok Studi Pasar Modal Syariah Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terimakasih atas ilmu, pengalaman dan kebersamaannya
11. Keluarga besar Forum Studi Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terimakasih atas ilmu, pengalaman dan kebersamaannya.
12. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini serta banyak memberi masukan. Terimakasih atas semua kebaikan dan keikhlasan yang telah di berikan. Semoga Allah membalas kebaikan kalian.

Yogyakarta, 7 Januari 2019

Hormat Saya,

Marwa Farida Annur

15820144

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba"	B	Be
ت	Ta"	T	Te
ث	Sa"	s_	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha"	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha"	kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ز	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta"	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za"	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
و	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	W
هـ	Ha"	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

قَدَدَعَتِي	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
قَدَد	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbuttah*

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

عَمَّة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِله	Ditulis	<i>'illah</i>
عَائِلَةٌ لَا أَدِيَّاسِك	Ditulis	<i>karamah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—	Fathah	ditulis	<i>a</i>
—	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
—	Dammah	Ditulis	<i>u</i>
م غا	Fathah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
سكذ	Kasrah	Ditulis	<i>zukira</i>
هري	Dammah	Ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	ditulis	<i>A</i>
ةههاج	ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. Fathah + ya" mati	ditulis	<i>A</i>
ىسنت	ditulis	<i>Tansa</i>
3. Kasrah + ya" mati	ditulis	<i>I</i>
سك	ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	ditulis	<i>U</i>
ضوسن	ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya" mati	ditulis	<i>Ai</i>
وكنت	ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	ditulis	<i>Au</i>
لوق	ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

نَتَأْ	ditulis	<i>a'antum</i>
تَدْعَأْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
وَيَسْكَشْنُونِ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

أَمْرًا	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
سَأْيًا	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

عَسْرًا	ditulis	<i>as-Sama'</i>
سَسْنَا	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ضَوْسِنَانُوذْ	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
قَنَسِنَانُوذْ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur^ʿan, hadits, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengantar yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Kerangka Teoritik	14
1. Perbankan Syariah.....	14
2. <i>Mobile Banking</i>	16
3. <i>Generasi Millenials</i> dan Karakteristiknya.....	18
4. <i>Teori Technology Acceptance Model</i>	21
5. Minat Menggunakan	23
6. Kepercayaan Merek	25

7. Citra Merek	26
8. Persepsi Manfaat	27
9. Persepsi Kemudahan Penggunaan	28
10. Persepsi Risiko Privasi	29
B. Telaah Pustaka	30
C. Pengembangan Hipotesis	37
D. Kerangka Berfikir	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Sumber dan Jenis Data	43
C. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi Penelitian	44
2. Sampel Penelitian	44
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
1. Variabel <i>Independent</i>	46
1.1 Persepsi Manfaat	47
1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan	47
1.3 Persepsi Risiko Privasi	48
1.4 Kepercayaan Merek	48
1.5 Citra Merek	49
2. Variabel <i>Dependent</i>	50
2.1 Minat Menggunakan	50
E. Metode Pengumpulan Data	50
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	52
G. Metode Analisis Data	52
1. Uji Normalitas	53
2. Uji Multikolinieritas	53
3. Analisis Regresi Berganda	54
4. Uji Hipotesis	55

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Umum Penelitian.....	57
B. Deskripsi Responden	58
C. Analisis Data	59
D. Pembahasan Hipotesis	74
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna <i>Mobile banking</i> Indonesia	2
Gambar 1.2 Layanan Mobile Data yang Sering Diakses	3
Gambar 2.1. <i>Technology Acceptance Model</i>	22
Gambar 2.1. <i>Technology Acceptance Model</i> yang dikembangkan	23



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Mobile Banking di Indonesia.....	4
Tabel 2.1 Statistik Perbankan Syariah	15
Tabel 2.2 Telaah Pustaka	32
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Usia	59
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Nama Bank.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji F	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Risiko Privasi.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Terjemahan Ayat Al-Qur'an.....	i
Lampiran 2 Angket Penelitian	ii
Lampiran 3 Data Angket Penelitian.....	ix
Lampiran 4 Hasil Olah Data Spss 20.....	xxv
Lampiran 5 Curriculum Vitae	xxxii



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* pada generasi *millennial* dengan menggunakan kerangka TAM. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dengan metode *probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden, dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda pada program SPSS 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* dan kepercayaan merek berpengaruh negative signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sementara persepsi manfaat dan persepsi risiko privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kata kunci: *Mobile Banking*, Generasi *Millennials*, TAM, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Privasi, Kepercayaan Merek, Citra Merek dan Minat Menggunakan.



ABSTRACT

This study aims to analyse the factors that influence interest in using mobile banking in the millennial generation by using the TAM framework. The technique of collecting data was questionnaires which is using probability sampling method with a sample of 100 respondents, was analysis using multiple linear regression analysis on SPSS 20. The results of this research show that the perceived ease of use and brand image had a significant positive effect on interest in using mobile banking and brand trust has significant negative effect on interest in using mobile banking. Perceived usefulness and perceived privacy risk are proven to have no significant effect on interest in using mobile banking.

Keywords: Mobile Banking, Millennial, TAM, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived privacy risk, brand trust, brand image and interest in use.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

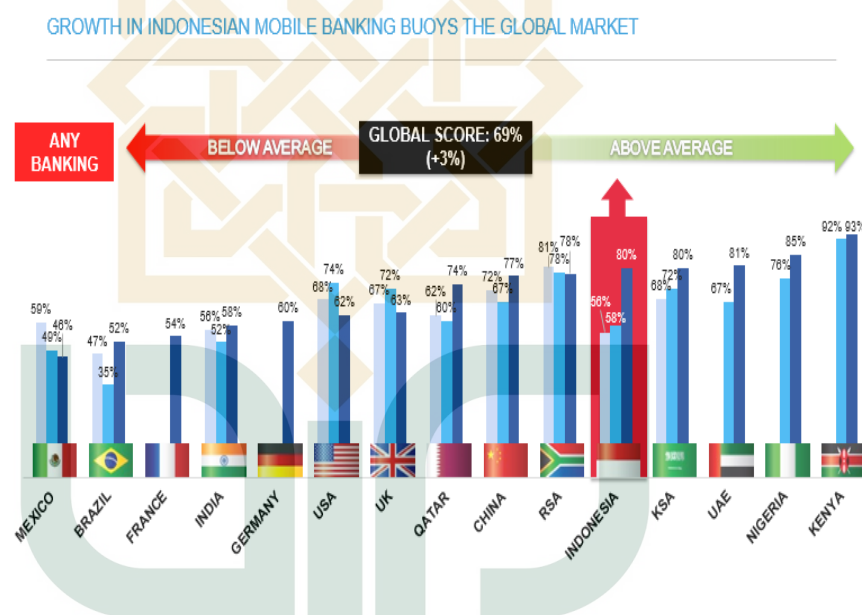
Perkembangan teknologi yang begitu pesat, memudahkan masyarakat dalam melakukan segala aktivitas. Salah satunya ditandai dengan kemunculan perusahaan layanan keuangan berbasis teknologi yang sering dikenal dengan *financial technology (fintech)*. Artajasa (2016:3) dalam majalah Channel menjelaskan bahwa semenjak awal tahun 2000, telah terjadi fenomena *financial technology* di dunia sebagai akibat dari revolusi industri fase ke-4. Industri perbankan tanpa kecuali perbankan syariah turut ikut serta melakukan inovasi produk dengan adanya fenomena *digital revolution* ini. Produk yang diluncurkan industri perbankan di era digitalisasi perbankan salah satunya adalah *mobile banking* yang menawarkan kemudahan bagi konsumen dalam hal transaksi pembayaran maupun transfer uang.

Shinhan Bank Indonesia (2018) mendefinisikan *mobile banking* sebagai suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui ponsel. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi *mobile banking*¹. Sebagai konsumen yang semakin bergerak online dan menjadi lebih *mobile*, digitalisasi memaksa bank untuk menjalani transformasi paling luas dalam sejarah perbankan. *Mobile banking* mengacu pada interaksi di mana pelanggan terhubung ke bank melalui perangkat

¹ Shinhan.co.id. 2018. Pengertian Mobile Banking. <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2018 pukul 20.08

mobile seperti ponsel, *smartphone* atau tablet. Dengan demikian *mobile banking* berbeda dari *mobile* pembayaran, yang melibatkan penggunaan perangkat *mobile* untuk membayar pembelian kecil di titik penjualan.

Rahayu (2015), mengatakan bahwa dibandingkan dengan perbankan tradisional di cabang, atau komputer berbasis *internet banking*, *mobile banking* menawarkan manfaat seperti kebebasan sejati dari waktu dan tempat, serta efisiensi transaksi perbankan. Pertumbuhan pengguna *online banking* di Indonesia juga tercatat sebagai yang tercepat di wilayah Asia Tenggara.

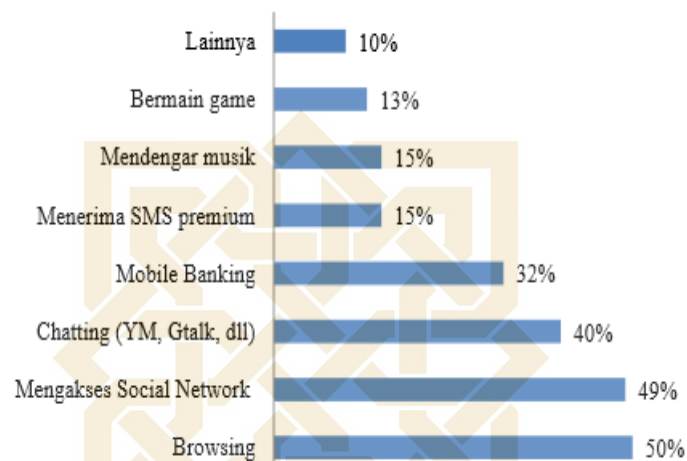


Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna *Mobile banking* Indonesia di Pasar Global

Sumber: DailySocial.id

Menurut laporan MEF, 80% responden di Indonesia menyatakan sudah menggunakan sarana *mobile banking*. Di tahun 2013, angkanya hanya mencapai 58%, seperti yang terdapat pada gambar 1.1 pertumbuhan pengguna *mobile banking*

Indonesia di pasar global. Angka tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan negara Mexico sebesar 46%, Brazil sebesar 52%, USA 63% dan China sebesar 77%. Biasanya pengguna *mobile banking* menggunakan *layanan mobile banking* untuk mengecek saldo dan mentransfer dana ke pihak lain².



Gambar 1.2 Layanan Mobile Data yang Sering Diakses

Sumber: Sharing Vision, 2013

Menurut survei yang dilakukan oleh Sharing Vision mengenai “Perkembangan *mobile banking* di Indonesia” terhadap 68 responden tahun 2013, terdapat 32% responden yang telah menggunakan *Mobile data* untuk keperluan *M-Banking*³. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan

² Karimuddin, Amir. 2015. “MEF: Penggunaan Mobile Banking Capai 80% di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar”. <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia/>. Diakses tanggal 01 April 2018. Pukul 19:38 WIB

³ Sharing Vision. 2013. “Perkembangan Mobile Banking di Indonesia”. <https://sharingvision.com/perkembangan-mobile-banking-di-indonesia/>. Diakses tanggal 06 Desember 2018. Pukul 14.55 WIB

ponselnya bukan hanya untuk berkomunikasi atau pun untuk bersosial media tetapi juga untuk kepentingan *mobile banking*.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Mobile Banking di Indonesia

Tahun	Jumlah pengguna <i>mobile banking</i>
2014	21,86 juta

Menurut survei dari Sharing Vision pada tahun 2014 berdasarkan data pengguna dari 8 bank besar di Indonesia menunjukkan bahwa pengguna *mobile banking* di Indonesia sebesar 21,86 juta⁴. Layanan *mobile banking* memiliki prospek sangat besar di Indonesia. Mengingat sekitar 70% dari penduduk Indonesia mempunyai ponsel, sementara yang memiliki rekening bank sekitar 37% saja⁵. Menurut *The World Fact Book* (2017) jumlah penduduk Indonesia mencapai 262 juta jiwa, 59,39% didominasi oleh kelompok usia 15-54 tahun. Menurut Aziz (2018) sekitar 34,45% penduduk Indonesia adalah penduduk usia produktif yang berusia 18-38 tahun. Mereka adalah penduduk yang lahir antara tahun 1980-an sampai 2000, yang kemudian dikenal sebagai generasi *millennials*⁶.

Menurut Kumar dan Lim (2008), generasi *millennials* adalah pengadopsi

⁴ Sharing Vision. 2014. "Pengguna Mobile Banking Lebih Banyak Ketimbang Kartu Kredit". <https://sharingvision.com/pengguna-mobile-banking-lebih-banyak-ketimbang-kartu-kredit/> . Diakses tanggal 06 Desember 2018. Pukul 14.50 WIB

⁵ Artajasa. 2016. Fintech Penyokong Implementasi Ekonomi Digital di Indonesia. Channel edisi 65 / juli - desember 2016, hlm 12

⁶ Aziz, Munawir. 2018. "Demi Semangat Kebihinekaan Generasi Millenial". <http://nasional.kompas.com/read/2018/03/10/21305651/demi-semangat-kebihinekaan-generasi-millennial>. Diakses tanggal 24 Oktober 2018. Pukul 19:55 WIB

awal teknologi produk dan layanan baru, karena itu mereka dianggap menjadi cenderung lebih akan menggunakan *mobile banking* di masa depan daripada generasi lainnya. Generasi *millennials* sebagai pengguna aktif perangkat teknologi *mobile*, konsumen generasi ini dipandang menguntungkan bagi pertumbuhan pasar dari perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk berteknologi tinggi dan jasa seperti layanan perbankan.

Menurut Winastiti (2016) berdasarkan riset *Pew Research Center* karakteristik dari generasi *millennials* adalah *cashless*, generasi ini lebih suka tidak repot menggunakan uang tunai saat bertransaksi dan juga lebih mengerti teknologi dibandingkan dengan orang tua mereka. Sikap yang demikian membuat generasi *millennials* lebih berani mencoba dan mengadopsi teknologi baru, salah satunya *mobile banking*. Salah satu pasar potensial yang layak untuk dijadikan pertimbangan bank dalam menambah jumlah nasabah pengguna *mobile banking* adalah generasi *millennials*.

Menurut Kusumaningtyas (2017), Karakteristik dari generasi *millennials* yang sadar dengan teknologi juga terlihat dari survey APJII yang menyatakan bahwa lebih dari 50% pengguna internet di Indonesia berada pada mereka yang rentang usianya termasuk generasi *millennials*. Meningat karakter tersebut generasi *millennials* juga memberikan daya tarik tersendiri bagi industri perbankan, sehingga saat ini banyak bank yang berkompetisi melakukan inovasi untuk menggapai generasi *millennials*. Persaingan di industri perbankan menjadi semakin ketat dengan munculnya layanan keuangan yang diluncurkan oleh nonperbankan. Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis dalam layanan keuangan ini, maka bank

harus melakukan beberapa inovasi yang dapat meningkatkan jumlah konsumen.

William dan Page (2011) mengatakan bahwa setiap kelompok generasi memiliki ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi. Agar sebuah perusahaan dapat menarik kelompok generasi yang ditargetkan, maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat serta menetapkan *brand image* yang sesuai. Sebelum melakukan strategi pemasaran harus pula diketahui factor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat menggunakan suatu teknologi baru. Terdapat beberapa model untuk mengetahui penerimaan seseorang akan teknologi informasi. Salah satunya yakni model TAM dikembangkan oleh Davis (1989), model ini merupakan salah satu model yang banyak digunakan penelitian teknologi informasi.

Syam (1999), menjelaskan bahwa pertimbangan perilaku perlu mendapat perhatian khusus dalam penerapan teknologi informasi. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi generasi *millennials* dalam menggunakan suatu teknologi baru dalam hal ini *mobile banking* diantaranya adalah persepsi-persepsi konsumen (nasabah) itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi baru seperti layanan *mobile banking*, minat nasabah bank syariah untuk menggunakan dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko privasi.

Dalam penelitian Venkatesh dan Davis (2000), teori TAM menunjukkan bahwa keinginan (minat) perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu: (a) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), yang didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa

penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya dan (b) Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Faktor lain yang dapat mempengaruhi dalam penggunaan teknologi baru adalah persepsi risiko privasi. Persepsi risiko privasi merupakan suatu keadaan ketidakpastian berkaitan dengan privasi yang dipertimbangkan konsumen (nasabah) untuk menggunakan atau tidak layanan *mobile banking*.

Menurut Ramdhani (2007), minat seseorang untuk melakukan sebuah tindakan atau sebuah perilaku yaitu kecenderungan seseorang dalam memilih tidak melakukan atau melakukan suatu pekerjaan. Begitu juga minat perilaku konsumen untuk menggunakan suatu produk merupakan informasi yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memperoleh pasar. Minat konsumen dalam mengambil suatu keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah sikap terhadap perilaku.

Jika konsumen tidak memiliki pengalaman dengan suatu produk, mereka cenderung untuk mempercayai merek yang disukai atau yang terkenal (Schiffman, 2008:173). Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan dalam hal ini perbankan syariah juga perlu memperkuat posisi mereknya agar tercipta *brand image dan brand trust* yang positif dan kuat dibenak konsumen (nasabah). *Brand image dan brand trust* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Setiap individu memiliki sifat dan perilaku yang berbeda-beda. Demikian pula saat individu itu menggunakan sebuah aplikasi *mobile banking*. Setiap individu

memiliki persepsi masing-masing terhadap aplikasi *mobile banking*. Ada yang menyukai terobosan tersebut namun ada pula yang masih senang menggunakan ATM atau antri di bank. Untuk itu pada penelitian ini, peneliti menggunakan model penelitian yang telah dikembangkan dari beberapa penelitian yang telah ada.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko privasi, kepercayaan merek, citra merek terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* dikalangan generasi *millenials* Yogyakarta. Penelitian ini dirasa penting untuk dilakukan karena layanan *mobile banking* memiliki prospek besar untuk digunakan dikalangan *millenials* yang memang sadar akan hadirnya teknologi dan sebagai pengabdopsi awal dari sebuah teknologi baru. Dengan menguji faktor-faktor persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko privasi, kepercayaan merek, citra merek terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* tersebut menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Pemilihan TAM dikarenakan TAM merupakan model yang banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi. Penelitian dilakukan di Yogyakarta dikarenakan kemudahan jangkauan dalam mendapatkan responden penelitian dan juga sebagai kota pelajar cukup banyak generasi muda *millenials* yang tinggal di Yogyakarta.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI MILLENNIALS (STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*?
2. Apakah terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*?
3. Apakah terdapat pengaruh dari persepsi risiko privasi terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*?
4. Apakah terdapat pengaruh dari kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*?
5. Apakah terdapat pengaruh dari citra merek (*brand image*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko privasi terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*.

4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*.
5. Untuk menganalisis pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap minat untuk menggunakan *Mobile banking*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan Syariah

Menjadi bahan untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan pengguna *mobile banking* sesuai dengan generasi.

2. Bagi Akademisi

Menambah literatur terkait penelitian tentang minat menggunakan *mobile banking* dan bahan referensi untuk keperluan studi dan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan *mobile banking*.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika Bab yang terdiri dari: Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Hasil dan Pembahasan, serta Bab V Kesimpulan, dan Saran.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pertama berisi pendahuluan untuk menjelaskan skripsi secara keseluruhan. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari

studi ini. Latar belakang juga memuat aspek uraian tentang peta masalah yang akan diteliti dan urgensi yang menjelaskan mengapa judul tersebut penting untuk diteliti. Selanjutnya dirumuskan permasalahan penelitian yang berupa pertanyaan kajian. Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dikemukakan tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan penelitian menjelaskan sesuatu yang ingin dicapai dalam penelitian dan manfaat penelitian yang menjelaskan tentang manfaat yang diperoleh dari penelitian berupa kontribusi teori, kontribusi praktik dan kontribusi kebijakan. Pada bagian terakhir dalam bab ini akan dijabarkan sistematika penulisan yang mana bagian ini berisi uraian singkat penulisan skripsi yang terdiri dari BAB I,II,III,IV dan V.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang melandasi penelitian ini. Teori-teori digunakan untuk menjelaskan faktayang relevan dengan penelitian dan penjelasan untuk setiap teori disajikan dalm sub-bab terpisah. Dan telaah pustaka yang menguraikan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka akan terbentuk penentuan hipotesis awal yang akan diuji dan suatu kerangka berfikir. Pengembangan hipotesis adalah penentuan hipotesis awal yang akan diuji dengan argument yang dibangun sesuai teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Bagian terakhir adalah kerangka berfikir yakni kerangka atau gambaran yang meringkas penurunan hipotesis dan atau hubungan antarvariabel yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini secara umum menjelaskan rencana dan prosedur dalam penelitian yang akan dilakukan penulis guna menjawab hipotesis penelitian. Menguraikan jenis dan sumber data dari penelitian. Kedua, populasi dan sampel yang menguraikan informasi terkait populasi dan jumlah sampel yang digunakan. Ketiga, metode pengumpulan data yang digunakan, dan keempat menguraikan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian serta definisi operasionalnya. Bagian terakhir menjelaskan metode analisis data untuk mencapai tujuan penelitian. Pada bagian ini dijelaskan alat analisis statistik yang digunakan beserta asumsi-asumsi untuk mengolah data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian. Selain itu bab ini juga menguraikan mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dan pembahasan mengenai hasil analisis dari objek penelitian. Penyajian dari hasil penelitian dapat berupa teks dan tabel. Hasil penelitian memuat data utama, penunjang dan pelengkap yang diperlukan dalam penelitian disertai penjelasan dan analisa mengenai makna dari data yang terdapat dalam tabel. Kedua, uraian pembahasan yang merupakan penafsiran dan analisa dari peneliti yang dapat mendukung atau tidak mendukung dengan hasil penelitian terdahulu atau teori yang digunakan sebagai dasar penurunan hipotesis. Dalam pembahasan juga dikemukakan uraian mengenai alasan, argument, atau justifikasi terhadap hasil penelitian yang

diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir, bab yang menyajikan secara singkat kesimpulan yang diperoleh dalam pembahasan, serta saran. Pada bagian kesimpulan menjelaskan kembali mengenai hasil yang diperoleh secara singkat. Bagian terakhir yakni saran, pada bagian ini dijelaskan keterbatasan penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah:

1. Persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Ini berarti bahwa berubahnya persepsi manfaat tidak mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* pada generasi *millenials*.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan maka minat menggunakan *mobile banking* pada generasi *millenials* akan meningkat.
3. Persepsi risiko privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Ini berarti bahwa berubahnya persepsi risiko privasi tidak mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* pada generasi *millenials*.
4. Kepercayaan merek berpengaruh negatif signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Ini berarti bahwa generasi *millenials* belum memiliki kepercayaan terhadap merek bank syariah.
5. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking*. Ini berarti bahwa semakin tinggi citra merek bank syariah maka minat menggunakan *mobile banking* pada generasi *millenials* akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan terhadap hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pihak manajemen bank, diharapkan dapat mempertahankan citra merek bank syariah, meningkatkan promosi produk terutama melalui sosial media agar para generasi millenials mengetahui tentang produk-produk bank syariah. Dan juga mensosialisasikan manfaat dari layanan *mobile banking* kepada nasabah. Sehingga generasi ini tertarik untuk menjadi nasabah perbankan syariah dan berminat menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak, untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal dan menggambarkan minat untuk menggunakan *mobile banking* secara keseluruhan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel independen yang lain misalnya persepsi kredibilitas untuk mencerminkan masalah keamanan dan privasi dalam penerimaan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyano, Yaufi. 2016. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB Niaga Daerah Istimewa Yogyakarta). <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/profita/article/viewFile/5569/5317>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2018 pukul 22.00
- Andryanto,Reza.2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris Yang Dilakukan Pada Olx.Co.Id Di Yogyakarta). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen
- Adams, D.A., R.R. Nelson & P. A. Todd. 1992. *Perceives Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication*. *MIS Quarterly*. Vol. 16 No. 2: Hal. 227-247
- Afiatin Nisa. 2015. Pengaruh Perhatian Orang Tua Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial. *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan* Vol. II No. 1 Maret 2015
- Amanullah, Bastian.2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro
- Arikunto,S.1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, edisi revisi. Jakarta: Rineka Cipta
- Arista, E.Desi dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2011. Analisis Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. Universitas Diponegoro. Aset, Maret 2011 hal 37-45 Vol.13No.1 ISSN 1693-928X
- Artajasa. 2016. Fintech Penyokong Implementasi Ekonomi Digital di Indonesia. *Channel* Edisi 65 / juli - desember 2016

- Azima, M.Fauzan dan Lena Farida. 2016. Pengaruh Brand Image Produk Terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah. Universitas Riau. OM FISIPP Vol. 3 No.2- Oktober 2016
- Aziz, Munawir. 2018. “Demi Semangat Kebihinekaan Generasi Millennial”. <http://nasional.kompas.com/read/2018/03/10/21305651/demi-semangat-kebihinekaan-generasi-millennial>. Diakses tanggal 24 Oktober 2018. Pukul 19:55 WIB
- Davis, F.D., 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MS Quarterly (online), Vol. 13 Iss. 3, pg. 318.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R., 1989. *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. *Management Science (online)*, Vol. 35 Iss. 8, pg. 982.
- Deepak Chawla, Himanshu Joshi.2017. *Consumer perspectives about mobile banking adoption in India – a cluster analysis*. International Journal of Bank Marketing, Vol. 35 Issue:4,pp.
- Dwiastuti, Rini., Shinta dan Isaskar.2012. Ilmu Perilaku Konsumen. UB Press. Malang
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, Paul R. Warshaw,(1989) User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science* 35(8):982-1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Ghozali,I. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakkan Keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx>
- Igbaria, M., A. Chakrabarti. 1990. *Computer anxiety and attitudes towards microcomputer use*. Behaviour Inform. Tech. 9(3) 229–241.

- Indrawijaya, Dody. (2016, Juli). Era Transformasi Digital. Premium Connection Lintasarta, 11.
- Istijanto.2010.*Riset Sumber Daya Manusia: Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja & Aspek-Aspek Kerja Karyawan Lainnya*.PT Gramedia Pustaka Utama.Jakarta
- Jogiyanto. 2007. Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta. Andi
- Kamus Bahasa Inggris Cambridge Business. [Online].
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mobile-banking>.
 Diakses 07 Desember 2018. Pukul 13.58 WIB
- Karimuddin, Amir. 2015. “MEF: Penggunaan Mobile Banking Capai 80% di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar”.
<https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia/>. Diakses tanggal 01 April 2018. Pukul 19:38 WIB
- Kayaman, Rachan dan Huseyin Arasili. 2007. *Constumer Based Brand Equity: evidence from the hotel industry*. Eastern Mediterranean University. Turkey. Managing Service Quality.Vol.17. No.1.2007.Pp.92-109
- Keller, L. 1993. *How To Management Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, edisi kesebelas. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2003. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: Indeks
- Kustini dan Ika, Nuruni. 2011. Experiental Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 14, No. 1, April 2011, pp. 19-28.
- Kumar, A. and Lim, H. 2008. “Age differences in mobile service perceptions: comparison of Generation Y and baby boomers”. *Journal of Services Marketing*. Vol. 22 No. 7, pp. 568-577.

- Kurniawan, David dkk. 2013. Analisis penerimaan nasabah terhadap layanan mobile banking dengan menggunakan pendekatan technology acceptance model dan theory of reasoned action. *Jurnal manajemen pemasaran* Vol, 1.No 1 (2013) 1-13
- Kurniawati, Hanif Astika dkk. 2017. Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan technology acceptance model (tam) yang telah dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2017, Volume IV (1) : 24-29
- Kusumaningtyas, Febrina Puspita Jayanti. 2017. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile banking pada Generasi Millennials. *Tesis*. Universitas Gajah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Mathieson, K. (1991). Predicting User Intentions: Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior. In *Information Systems Research* (2) (pp. 173-191).
- Mohammad O Al-Smadi. 2012. "Factors Affecting Adoption of Elektronik Banking : An Analysis of the Perspectives of Banks' Customers" *International Journal of Business and Social Science*. Vol 3. No 17. Pp 294-309
- Pavlou, Fred, (2001), "Perceived Usefulnes, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, September.
- Priambodo, Singgih dan Bulan Prabawani. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/viewFile/11294/10951>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2018 pukul 22.17
- Rahayu, Imam Sugih. 2015. Minat Nasabah menggunakan *Mobile banking* dengan menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). Yogyakarta. Volume V, No.2 Desember 2015/1436 H.JESI

- Ramdhani, Neila. 2007. Model Perilaku Penggunaan IT “NR-2007” Pengembangan dari Technology Acceptance Model (TAM). *Laporan Penelitian*. Universitas Gajah Mada.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. Hubungan Antara Citra Merek Operator Seluler dengan Loyalitas Merek pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Semarang. Semarang: Univesitas Diponegoro
- Sarra Berraies, Karim Ben yahia & mariem Hannachi. 2017. *Identifying the effects of perceived values of Mobile banking applications on customers: Comparative study between baby boomers, generation X and generation Y*. International Journal of Bank Marketing, <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2016-0137>
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Sharing Vision. 2013. “Perkembangan Mobile Banking di Indonesia”. <https://sharingvision.com/perkembangan-mobile-banking-di-indonesia/>. Diakses tanggal 06 Desember 2018. Pukul 14.55 WIB
- Sharing Vision. 2014.”Pengguna Mobile Banking Lebih Banyak Ketimbang Kartu Kredit”. <https://sharingvision.com/pengguna-mobile-banking-lebih-banyak-ketimbang-kartu-kredit/> . Diakses tanggal 06 Desember 2018. Pukul 14.50 WIB
- Shinhan.co.id. 2018. Pengertian Mobile Banking. <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2018 pukul 20.08
- Suharyadi dan Purwanto. 2016. Statistika untuk Eknomi dan Keuangan Modern Edisi 3, buku 2. Jakarta : Salemba empat
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta
- Suryani,Tatik. 2012. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha ilmu
- Suryani, Tatik. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Syam, Fazli B. Z. 1999. Dampak kompleksitas Teknologi Informasi Bagi Strategi dan Kelangsungan Usaha. *Jurnal Akuntansi dan Auditing (JAAI)*, Vol. 3/1 Desember. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Taylor, Shirley., dan Todd, Peter A. 1995. Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information System Research*. Vol 6 (2); 144-176.
- The World Factbook. 2017. The World Factbook East Asia/Southeast Asia: Indonesia. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/id.html>. Central Intelligence Agency
- Venkatesh, V. And Davis Fred D. 2000. A Theoretical Extension of the Thechnology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Sciences*. Vol. 46/2. Februari: 186-204.
- Yasin Setiawan. Pengembangan Minat Pada Anak http://www.siaksoft.net.net/index.php?option=com_content&task=view&id=2372&Itemid=105, h. 46
- William dan Page. 2011. Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studises in Business*, 3(1):37-53
- Winastiti, Agnes. 2016. Generasi Millenial dan Karakteristiknya. <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-millenial-dan-karakteristiknya/>. Diakses pada tanggal 28 Mei 2018.

Lampiran 1

Terjemahan Ayat Al-Qur'an

No	Surat	Hlm.	Terjemahan
1	Al-Insyirah	60	Q.S Al-Insyirah (94:5-6) <i>Artinya : “maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesudah kesulitan itu ada kemudahan”</i>
2	Luqman	62	Q.S Luqman (31:34) <i>Artinya: “dan tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang dikerjakannya besok”</i>
3	Al-Imran	64	Q.S Al-Imran (3:118) <i>Artinya: “wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu menjadikan orang-orang yang diluar kalanganmu (seagama) sebagai teman kepercayaanmu, karena mereka tidak henti-hentinya menyusahkan kamu. Mereka mengharapkan kehancuranmu. Sungguh telah nyata kebencian dari mulut mereka dan apa yang tersembunyi di hati mereka yang lebih jahat. Sungguh telah kami terangkan kepadamu ayat-ayat kami jika kamu mengerti”</i>

Lampiran 2

ANGKET PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI *MILLENNIALS* (STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA)

Assalamuallaikum Wr.Wb

Dengan Hormat,

Dengan ini saya:

Nama : Marwa Farida Annur

NIM : 15820144

Prodi : Perbankan Syariah

Dengan ini saya melakukan kuesioner penelitian dengan judul skripsi **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* PADA GENERASI *MILLENNIALS* (STUDI KASUS PENGGUNA BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA)**. Untuk keperluan tersebut saya memohon bantuan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan minat untuk menggunakan *mobile banking*. Kuesioner ini dibuat dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat menyelesaikan strata satu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Kelengkapan dan kejujuran jawaban akan sangat mempengaruhi hasil analisis dalam penelitian ini. Kerahasiaan informasi yang diperoleh akan dijaga dengan baik dan informasi tersebut hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik.

Besar harapan kami atas partisipasi saudara/i terhadap pengisian kuesioner ini karena jawaban tersebut merupakan kontribusi yang berharga baik bagi peneliti. Atas perhatian dan kerjasama saudara/i, kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

B. Petunjuk Pengisian

Mohon pernyataan di bawah ini dijawab dengan memilih jawaban yang telah disediakan dan memberi tanda cek (\surd) pada salah satu jawaban yang sudah tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Ketentuan penomoran pilihan sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

Sebelum menjawab, isilah identitas Bapak/Ibu pada tempat yang telah disediakan di bawah ini :

1. Nama :

2. Usia : a) 18- 20 thn b) 21-25 thn
 c) 26-30 thn d) 31- 35 thn
 e) 36-38 thn

3. Jenis Kelamin : a) laki-laki b) perempuan

4. Pekerjaan : a) Wiraswasta b) Pegawai Negeri/BUMN
 c) Pegawai Swasta d) Pelajar/Mahasiswa
 e) Ibu Rumah Tangga f) lainnya

5. Apakah anda nasabah bank syariah?
a. Ya. Sebutkan: 1) 2) 3).....
b. Tidak

Butir Pernyataan

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Saya merasa layanan <i>mobile banking</i> memperlancar proses transaksi atau bisnis				
2	Layanan <i>mobile banking</i> mempermudah melakukan transaksi				
3	Saya melakukan transaksi/pembayaran				

	melalui <i>mobile banking</i> dengan cepat (tidak memakan waktu lama)				
4	<i>mobile banking</i> berguna untuk melakukan transaksi kapan dan di mana saja				
5	Saya merasa layanan <i>mobile banking</i> efektif untuk digunakan dalam bertransaksi				
6	<i>mobile banking</i> lebih mudah diakses dibandingkan <i>internet banking</i>				
7	Saya merasa layanan <i>mobile banking</i> memiliki manfaat untuk bertransaksi kapan dan di mana saja				
8	Layanan <i>mobile banking</i> membantu untuk sering melakukan transaksi				
9	Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses <i>mobile banking</i>				
10	Semakin saya sering mengakses <i>mobile banking</i> akan menjadi semakin mahir menggunakan				
11	Saya belajar menggunakan <i>mobile banking</i> dengan cepat				
12	Secara keseluruhan <i>mobile banking</i> mudah digunakan				
13	Layanan <i>mobile banking</i> tidak memerlukan tahap instalasi yang rumit				
14	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan <i>mobile banking</i> sesuai dengan kebutuhan				
15	Saya merasa menggunakan layanan <i>mobile banking</i> sangat <i>flexible</i>				
16	Saya merasa memberi informasi pribadi pada <i>mobile banking</i> akan menimbulkan masalah				

	yang merugikan saya				
17	Saya merasa penuh risiko seandainya memberikan informasi pribadi pada <i>mobile banking</i>				
18	Saya merasa memberikan informasi pada layanan <i>mobile banking</i> menimbulkan kerugian				
19	Saya merasa menggunakan <i>mobile banking</i> penuh risiko				
20	Saya yakin <i>mobile banking</i> bank syariah lebih aman dibandingkan dengan penggunaan layanan bank lainnya				
21	<i>Mobile banking</i> bank syariah adalah merek yang dipercaya				
22	Saya yakin <i>mobile banking</i> bank syariah lebih bisa dipercaya dibandingkan dengan penggunaan layanan bank lainnya				
23	<i>Mobile banking</i> bank syariah sudah diakui oleh banyak orang dan disukai				
24	Layanan produk <i>Mobile banking</i> bank syariah memiliki kualitas produk yang baik				
25	Saya yakin terhadap layanan <i>mobile banking</i> bank syariah sebagai merek yang berkualitas				
26	<i>Mobile banking</i> bank syariah memiliki reputasi baik dipasaran				
27	Merek <i>mobile banking</i> bank syariah mempunyai ciri khas dan mudah diingat				
28	Saya merasa <i>Mobile banking</i> bank syariah memiliki tampilan berbeda dari <i>mobile banking</i> bank konvensional				

29	<i>Mobile banking</i> bank syariah mampu bersaing dengan <i>mobile banking</i> bank konvensional				
30	<i>Mobile banking</i> bank syariah memberikan manfaat				
31	Saya berencana untuk menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa depan				
32	Saya selalu ingin mencoba untuk menggunakan <i>mobile banking</i> dengan lebih sering				
33	Saya ingin menginformasikan <i>mobile banking</i> kepada orang lain				
34	Saya bisa selalu mengecek histori transaksi melalui <i>mobile banking</i>				
35	<i>mobile banking</i> bisa digunakan untuk melakukan pembayaran dalam transaksi				
36	Saya bisa selalu mengecek saldo melalui <i>mobile banking</i>				

Catatan :

Identitas responden tidak akan kami publikasikan, pencantuman nama semata-mata hanya upaya penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan secara akademis. Terima kasih.

Lampiran 3

Data Angket Penelitian

NO	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	NAMA BANK
1	x	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
2	KR	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
3	PHS	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
4	xx	18- 20 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
5	A	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BBS
6	RIKYAN ULIL	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
7	A	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
8	KHOIRUNNISA	18- 20 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
9	INDAH	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
10	SHOWAH S	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
11	ASTUTI EKA	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
12	TITANA DIVA	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
13	FADELA	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
14	MUTIAH PUTRI	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
15	ILMA Y	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
16	LM	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
17	AKBAR M	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
18	RIZKI	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
19	DEDE D	21-25	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah

		thn			
20	KUNIL	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
21	LUCKY A	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
22	TITIK NUR J	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
23	xxx	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
24	RUSYIDA	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
25	xxx	21-25 thn	perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
26	DANDI DWI P	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
27	RINA ZURaida FATMA	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	Bank Syariah Mandiri
28	ALAM NUSANTARA	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
29	FRIDIANA DEWI	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
30	REKA PURNAWATI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
31	RETNO NURHIKMAH PRIHASTANTI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
32	LURRI ACHMAD	21-25 thn	laki-laki	Wiraswasta	Bank Syariah Mandiri
33	INTAN	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	Bank Syariah Mandiri
34	FUAD HAMDAN	21-25 thn	laki-laki	Pegawai Negeri/BUMN	BNI Syariah
35	MAHARANI GITA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BTN Syariah
36	JANU KURNIAWATI	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	BNI Syariah
37	RENDY KURNIA ADHITAMA	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
38	ASTER INDAH	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
39	FITRA	21-25 thn	laki-laki	Pegawai Swasta	Bank Syariah Mandiri

40	INDAH	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
41	ANISHA NOVIANTI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BTN Syariah
42	CITHA	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	BNI Syariah
43	FAUZAN ANANG SABILA ROSID	21-25 thn	laki-laki	Buruh	BRI Syariah
44	ALFIANA	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	Bank Syariah Mandiri
45	NIKHU WAHYU	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
46	REZA ANDRIANTO SAPUTRA	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
47	ANADYA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
48	ENGGAR	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	bukopin syariah
49	LUTVI	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
50	MARLINA ADE	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
51	SABRINA	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
52	DENI SUTIANA	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
53	ADYANA	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
54	ISNAINI RAHMAH	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	Bank Syariah Mandiri
55	ADIB ROFIUDDIN BASORI	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
56	ANDIS PRASETYO	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Cimb niaga syariah
57	ASHAR NUR ROSYID TEGUH R, S.OR	21-25 thn	laki-laki	Pegawai Swasta	BRI Syariah
58	PUJI SULISTIANI	21-25 thn	Perempuan	Pegawai Swasta	BNI Syariah
59	ANNISA	18-	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah

	FEBRIANA	20 thn			
60	HARTONO	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BTN Syariah
61	EVI PARAMUDITA PRATIWI	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
62	HERNITA EFFENDI	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
63	MOCHAMAD ANDI NURFAUZI	26-30 thn	laki-laki	Konsultan	Bank Syariah Mandiri
64	NOORMALA SALSABILLA J	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
65	AMIRA HILDA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
66	GHIFANY FIRDA SOCHASA	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
67	RAFIQA	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
68	ALIFA FAUZUL AKBARI	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
69	JHON LENON	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
70	F RAHAYU NINGTYAS	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
71	MUHAMMAD RIDHO	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
72	DEWI HASANAH BOLQIYAH	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
73	ARIS R HAKIM	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
74	MIKA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
75	LNS	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
76	JUNE A	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
77	ANDRE YH	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
78	WR	36-38	Perempuan	Ibu Rumah	Bank Syariah

		thn		Tangga	Mandiri
79	SELFI A	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
80	FARID K	18- 20 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
81	MAE	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
82	FAIRUZ	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
83	ASRIZAM	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
84	SHI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Bukopin
85	CRL	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
86	NAT	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
87	YUAN	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
88	SEPTIKA KUSUMA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BRI Syariah
89	ABDULR ROHMAN SUYUTI	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
90	MUH IMADUDDIN AKBAR	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
91	ABDULLAH	18- 20 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
92	INTAN SEPTRIANA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
93	ERLITA AYU	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
94	NGIZAT MUHAMMAD	21-25 thn	laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
95	ZULVINKA	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
96	SITI HANIFAH JAYANTI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah
97	FEME	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri
98	DATU	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Bank Syariah Mandiri

99	MAWARBERDURI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNIS dan BSM
100	RISA DANNA ADZANI	21-25 thn	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	BNI Syariah



Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	3	2	4	3	3	4
3	3	3	2	3	3	2	3	2	4
3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
3	3	3	3	2	2	3	3	2	3
4	3	4	4	4	3	4	2	3	3
4	4	4	4	4	2	4	4	2	4
3	3	2	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	3	3	2	4	3	4	4
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	4	4	3	3	4	3	2	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	2	4	3	2	3
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	2	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	3	3	3	2	3
1	1	2	1	2	1	1	1	2	2
3	4	3	4	3	2	3	3	3	3

4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
1	1	1	1	1	2	1	1	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	4	3	2	4
4	2	2	3	3	2	1	2	1	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
1	1	1	1	2	2	1	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	4	4	2	3	4	2	3	4	4
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
2	2	2	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3

4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
3	3	4	4	3	4	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	2	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	2	3	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
3	3	3	4	3	4	3	2	2	3
4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
1	1	1	2	1	1	2	2	2	3
3	3	3	3	3	4	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
4	4	4	3	4	4	4	4	2	4
3	3	4	3	3	2	3	3	3	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
1	1	1	1	1	1	1	1	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	2	3
3	3	3	4	3	2	4	3	3	4
4	4	3	4	3	2	3	3	2	4
4	4	3	3	2	3	3	3	2	3
3	3	2	3	2	2	3	3	2	3

Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
2	3	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	4	4	2	2	3
4	4	4	4	4	2	2	2	2	4
3	4	3	3	3	2	2	2	3	3
3	3	2	3	2	1	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	4	4	2	2	2	2	3
3	3	2	4	4	1	1	1	1	3
2	2	3	2	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	4	2	2	2	2	3
3	2	2	2	2	2	2	2	2	3
3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	2	2	2	2	3
3	2	1	3	3	1	1	1	1	2

2	2	2	2	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
4	4	3	4	4	3	3	2	1	2
3	4	4	4	4	2	2	2	2	3
3	3	2	3	4	2	2	2	2	3
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
2	2	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	2	3	3	3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
4	4	3	4	4	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	4	4	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
4	3	4	4	4	2	2	2	1	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
2	3	2	3	2	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	2	4	3	3	3
4	3	4	4	3	2	2	2	2	2
3	4	3	3	4	2	2	2	2	3
4	4	3	4	4	4	3	2	2	4
3	3	4	4	4	3	3	3	4	2
2	3	3	3	2	2	2	2	1	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	4	4	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	2	1	1	2
3	3	2	3	3	2	3	2	2	3
4	4	4	4	3	1	1	1	1	4
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3

3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
2	2	3	2	3	3	3	3	2	4
4	4	4	4	4	2	2	2	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	4	4	3	3	2
3	3	1	4	2	2	4	3	1	1
3	3	2	3	3	2	2	2	2	3
3	3	2	3	3	3	3	2	2	3
4	4	3	3	3	4	4	2	3	3
2	3	3	4	4	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	1	1	1	1	4
3	3	4	3	3	2	1	1	1	3
4	4	3	3	3	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
3	4	4	4	4	3	3	2	2	2
3	3	3	3	4	2	2	2	2	3
4	4	2	3	3	2	2	2	2	2
4	4	2	4	4	2	2	2	1	3
3	3	3	3	4	2	2	2	2	3
4	3	3	2	2	2	2	3	2	3
2	2	2	3	3	2	2	2	2	3
4	4	4	3	3	4	2	1	1	1
3	3	4	3	4	2	2	2	2	3
3	4	3	3	3	2	2	2	2	4
3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
2	3	2	2	3	2	2	2	1	3
3	3	3	3	3	2	2	2	2	4
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
4	4	3	3	4	2	2	2	2	4
3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
3	3	3	3	4	2	2	2	2	2
4	4	3	4	4	1	2	1	2	3
2	3	3	3	3	1	2	2	2	3
2	3	4	3	3	2	2	2	2	3
2	3	2	3	3	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	2	2	2	1	2
2	3	3	3	4	2	2	1	1	2
3	3	3	3	4	2	2	2	2	3

3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
4	4	1	2	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
3	2	2	3	4	3	3	1	2	3
1	2	2	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	2

Q21	Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Q30
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
3	2	2	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	4	2	2	3	1	2	3	2	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
3	3	4	2	3	3	3	4	4	4
3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
2	2	3	3	3	3	3	2	3	4
3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	2	3	2	3	3	3	4	4
2	3	3	2	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	2	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
2	3	2	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
3	1	3	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	3	3	3	3	2	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	3	2	2	2	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	3	3	2	2	3	4
3	3	3	2	3	3	3	3	1	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	3	3	3	4	3	4	4
2	1	3	2	2	2	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	2	2	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
3	2	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
3	2	2	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	2	2	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	2	2	3	1	3
3	3	3	4	4	3	2	3	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	2	3	3	2	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Q31	Q32	Q33	Q34	Q35	Q36
3	3	3	3	3	3
2	2	2	3	3	3
3	3	2	2	3	3
4	4	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3
3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4
3	3	2	3	3	3
4	4	3	2	3	3
3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4

4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	4	4
4	4	3	2	3	3
4	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3
3	2	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	3
4	4	3	3	4	3
4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2
3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	4	4
4	4	3	3	4	4

3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4
3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3
3	4	4	2	3	4
3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	2	4
4	3	3	4	4	4
4	3	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4
4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4
3	2	2	3	3	4
4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1
4	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3
2	2	2	3	3	3
3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	2	2	3
3	2	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3
4	4	4	4	4	3
4	3	2	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4

2	4	2	4	2	1
4	4	3	3	3	3
3	3	2	2	2	2



Lampiran 4

Hasil Olah Data SPSS 20

A. Hasil Uji Validitas

1. Persepsi manfaat

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Persepsi Manfaat	21,78	28,880	,879	,950
Persepsi Manfaat	21,75	28,614	,886	,949
Persepsi Manfaat	21,90	29,384	,838	,952
Persepsi Manfaat	21,73	28,906	,870	,950
Persepsi Manfaat	21,82	28,998	,883	,949
Persepsi Manfaat	22,02	30,606	,657	,963
Persepsi Manfaat	21,82	28,695	,866	,950
Persepsi Manfaat	21,97	29,383	,841	,952

2. Persepsi kemudahan penggunaan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,70	8,919	,642	,843
Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,19	9,671	,469	,866
Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,49	8,858	,653	,841
Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,40	8,929	,718	,833
Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,61	9,129	,540	,858
Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,38	8,864	,769	,827

Persepsi Kemudahan Penggunaan	18,29	9,016	,676	,838
-------------------------------	-------	-------	------	------

3. Persepsi risiko privasi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Persepsi Risiko Privasi	6,42	2,771	,601	,837
Persepsi Risiko Privasi	6,39	2,503	,786	,751
Persepsi Risiko Privasi	6,60	3,010	,701	,798
Persepsi Risiko Privasi	6,60	2,768	,650	,813

4. Kepercayaan merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepercayaan Merek	11,80	2,949	,621	,786
Kepercayaan Merek	11,52	3,121	,781	,741
Kepercayaan Merek	11,63	3,003	,628	,782
Kepercayaan Merek	11,65	3,422	,558	,801
Kepercayaan Merek	11,56	3,542	,515	,812

5. Citra merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Citra Merek	15,32	4,624	,581	,789
Citra Merek	15,36	4,273	,666	,770
Citra Merek	15,38	4,137	,649	,772
Citra Merek	15,41	4,224	,597	,784
Citra Merek	15,25	4,290	,533	,801
Citra Merek	15,08	4,761	,475	,809

6. Minat menggunakan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Minat Menggunakan	15,94	6,461	,670	,862
Minat Menggunakan	16,08	6,377	,650	,866
Minat Menggunakan	16,17	6,244	,686	,860
Minat Menggunakan	16,10	6,657	,633	,868
Minat Menggunakan	16,00	6,283	,773	,846
Minat Menggunakan	15,91	6,345	,724	,854

B. Hasil Uji Reliabilitas

1. Persepsi manfaat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,958	8

2. Persepsi kemudahan penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	7

3. Persepsi risiko privasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	4

4. Kepercayaan merek

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	5

5. Citra merek

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	6

6. Minat menggunakan

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	6

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0,43627478
Most Extreme Differences	Absolute Positive	0,074
	Negative	-0,074
Kolmogorov-Smirnov Z		0,745
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,636

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,962	,472		4,161	,000		
X1	,133	,071	,205	1,862	,066	,670	1,493
X2	,252	,112	,250	2,237	,028	,651	1,537
X3	-,151	,086	-,163	-1,761	,082	,941	1,062
X4	-,281	,133	-,246	-2,110	,038	,594	1,683
X5	,393	,135	,323	2,903	,005	,654	1,529

a. Dependent Variable: Y

D. Analisis Regresi Linier Berganda

1. Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,886	5	1,177	5,872	,000 ^b
	Residual	18,843	94	,200		
	Total	24,729	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X1, X4

2. Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,962	,472		4,161	,000		
X1	,133	,071	,205	1,862	,066	,670	1,493

X2	,252	,112	,250	2,237	,028	,651	1,537
X3	-,151	,086	-,163	-1,761	,082	,941	1,062
X4	-,281	,133	-,246	-2,110	,038	,594	1,683
X5	,393	,135	,323	2,903	,005	,654	1,529

a. Dependent Variable: Y

E. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,488 ^a	,238	,197	,44773	1,924

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X2, X1, X4

b. Dependent Variable: Y



Lampiran 5

Curriculum Vitae

DATA PRIBADI

Nama : Marwa Farida Annur
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat & Tgl. Lahir : Klaten, 12 Maret 1997
Agama : Islam
Alamat : Muruh RT 11, RW 06, Muruh, Gantiwarno, Klaten
No HP : 085742494663
Email : marwafarida354@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

2002-2007 : SD Negeri 2 Muruh Kab. Klaten
2008-2010 : SMP Negeri 1 Prambanan Kab. Klaten
2011-2013 : SMA Negeri 1 Jogonalan Kab. Klaten
2015- Sekarang : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

PENGALAMAN KEGIATAN

1. Panitia Temilnas XVI FoSSEI di UIN Sunan Kalijaga Tahun 2017.
2. Peserta lomba Olimpiade Ekonomi Islam Temu Ilmiah Regional FoSSEI Yogyakarta Tahun 2017
3. Bridging Course Bahasa Inggris dan Bahasa Arab di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Training ICT di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta