

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI
PELAYANAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
INTERNET BANKING (Studi Kasus di BNI Syariah Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM PERBANKAN SYARIAH**

Oleh:

JAMILAH CHAIRANI HASIBUAN

13820025

PEMBIMBING:

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si.
NIP.19661119 199203 1 002

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

2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-587/Un.02/DEB/PP.00.9/05/2019

Skripsi/tugas akhir dengan judul: "Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Bank BNI Syariah Yogyakarta)"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Jamiah Chairani Hasibuan
NIM : 13820025
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Mei 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : B⁺

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang


Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I


Muhammad Ghafur Wibowo, S., M.Sc.
NIP. 19800314 2003121 1 003

Penguji II


Farid Hidayat, S.H., M.S.I
NIP. 19810726 201503 1 002

YOGYAKARTA

Yogyakarta, 29 Mei 2019
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN

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




SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Jamilah Chairani Hasibuan

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 : Jamilah Chairani Hasibuan
NIM : 13820025
Judul Skripsi : “ Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus di BNI Syariah 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 mengharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 18 Mei 2019
Pembimbing


Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Jamilah Chairani Hasibuan

NIM: 13820025

Program Studi: Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus di BNI Syariah 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 *bodynote*, *footnote* 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 dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 18 Mei 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN ALIYAGA
YOGYAKARTA



Denyun

Jamilah Chairani Hasibuan
NIM. 13820025

**SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jamilah Chairani Hasibuan

NIM : 13820025

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-eksklusif Royalti- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

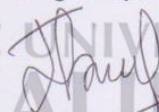
“Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus di BNI Syariah Yogyakarta)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengolah 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 surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 18 Mei 2019

Yang Menyatakan



(Jamilah Chairani Hasibuan)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

Berusahalah jangan menyakiti orang lain teruslah berbuat kebaikan biarkan mereka menyakiti asal jangan kita yang menyakiti karena apa yang kita tanam itu yang akan kita tuai



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

**Karya sederhana ini saya persembahkan untuk,
Ibunda dan Ayahanda tercinta, Ibu Asmah dan Bapak Syahdan yang
dengan sepenuh hati memberikan kasih sayang dan berjuang untuk
kesuksesan putrinya ini.**

**Maafkan putrimu ini yang tidak dapat membalas semua yang telah
engkau berikan**

**Seluruh anggota keluarga dan para guruku yang telah mendukung
Penulis selama menempuh pendidikan.**

Serta almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	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	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamz ah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta'Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada 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.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
------	---------	---------------

عَلَّة	Ditulis	'illah
الأولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
----------------------	---------	-----------

بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شكرتم لئن	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tidak lupa saya panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaat di *yaumul qiyamah*. Amiin.

Penelitian ini merupakan akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Proses penelitian skripsi ini bukan tidak ada hambatan, melainkan penuh dengan lika-liku yang membuat penulis harus bekerja keras dalam mengumpulkan data-data yang sesuai dengan maksud dan tujuan melakukan penelitian. Untuk itu penulis dengan ikhlas ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Joko Setyono, SE., M.Si selaku ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan memberi semangat kepada penulis.
4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi dan juga mengarahkan penulis selama menempuh perkuliahan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk Penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Ayahanda Syahdan dan Ibunda Asmah yang telah memberikan kasih sayang tak hingga dan semua fasilitas yang penulis butuhkan sampai sekarang.
8. Nurul Fatah, Zainuddin, Ahmad dan Hebrinayang telah mendukung penulis sampai saat ini.
9. Beserta keluarga besar yang senantiasa mendokan dan memberi dukungan baik berupa materi maupun moral selama penulis menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diberikan balasan melebihi apa yang telah diberikan oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya. Aamiin ya rabbal 'alamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Mei 2019

Penyusun

Jamilah Chairani Hsb

NIM. 13820025



DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	6
BABII	8

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS	8
A. LANDASAN TEORI	8
1. Teori pemasaran	8
2. Perilaku Konsumen	9
3. Perilaku Konsumen dalam Islam	12
4. Teknologi informasi	14
5. Perbankan syariah	15
6. Internet banking	17
7. Pelayanan	18
8. Risiko	19
9. Persepsi	21
10. Minat	22
B. Telaah Pustaka	24
C. Model Penelitian dan Kerangka Berfikir	31

D. Pengembangan Hipotesis.....	32
--------------------------------	----

BAB III 35

METODE PENELITIAN 35

A. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	35
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Teknik Pengumpulan Data	37
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
1. Variabel terikat (<i>dependent variabel</i>)	38
2. Variabel bebas (<i>independent variabel</i>).....	38
E. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Validitas Dan Realibilitas.....	40
2. Uji Asumsi Klasik	40
3. Analisa regresi linier berganda.....	42
4. Uji Hipotesis	42

BAB IV 45

HASIL DAN PEMBAHASAN 45

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	45
1. Sejarah Singkat Bank BNI Syariah Yogyakarta.....	45
2. Visi dan Misi BNI Syariah.....	46
3. Produk dan layanan.....	46
4. Fitur layanan <i>Internet Banking</i>	47
B. Analisis Deskriptif.....	49
1. Hasil penyebaran kuesioner.....	49
2. Karakteristik Responden	50
C. Uji Validitas dan Reabilitas	56
1. Uji Validitas Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta	56
2. Uji Realibilitas Nasabah Bank bni Syariah Yogyakarta	58
D. Uji Asumsi Klasik	59
1. Uji Multikolinieritas Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta.....	59
2. Uji Heteroskedastisitas Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta.....	60
E. Uji Regresi Linier Berganda	61
F. Uji Hipotesis	64
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	64
2. Uji Statistik Simultan (Uji Statistik F).....	65
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	66
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68

BAB V	76
PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Keterbatasan	77
C. Saran	78
LAMPIRAN	I



DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan umur.....	52
Tabel 4.4 karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat yang sering digunakan.....	55
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah BNI Syariah.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Nasabah Bank BNI Syariah.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas Nasabah Bank BNI Syariah.....	58
Tabel 4.10 Hasil uji Multikolinieritas Nasabah Bank BNI Syariah.....	59
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linear Berganda Nasabah Bank BNI Syariah.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji t Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta.....	66

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	26
Gambar 4.1 karakteristik responden menurut jenis kelamin.....	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Nasabah BNI Syariah Yogyakarta.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	I
LAMPIRAN 2 Data Kuesioner.....	VI
LAMPIRAN 3 Data Responden.....	XII
LAMPIRAN 4 Hasil Analisis Data.....	XV
LAMPIRAN 5 Curriiculum Vitae.....	XXI





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Teknologi Inforasi, Persepsi Pelayanan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank BNI Syariah Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari nasabah sebagai responden pada BNI Syariah Yogyakarta. Metode pengolahan data yang digunakan adalah analisis kuantitatif uji validitas, dan realibilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak Statistical Product Moment and Service Solution (SPSS) For Windows. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa secara siultan variabel Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Internet Banking. Sedangkan secara parsial variabel Persepsi Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Internet Banking. Sedangkan variabel Persepsi Teknologi dan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Internet Banking.

Kata Kunci: *Teknologi Informasi, Pelayanan, Risiko, Internet Banking.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAC

The purpose of this research is to find out and analyzed the effect of Perception Information Technology, Service and Perception Risk on the interest of Customer Using Internet Banking (Case Study at BNI Syariah Yogyakarta Customer Bank). This research uses priary data taken fro costumers as responden in BNI Syariah Yogyakarta. Data processing method used are validity and realibility test, classic assumption test, and multiple linier regression analisys using Statistics Product Moment and Service Solution (SPSS) for windouws . The esults showed that simultaneously Perception Information Technology, Service and Perception Risk have significant influrnce to customer interest using Internet Banking. While partially Risk Perception variables do not significantly influence the interest of customer using Internet Banking. Variables where perceptions og Service and Information Technology significantly influence the interest of custuers using Internet Banking.

Keywords: *Information Technology, Service, Risk, Interest, Internet Banking*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemanfaatan teknologi informasi dalam sebuah organisasi salah satunya meningkatkan bahkan memenangkan sumber daya fisik dalam menghadapi persaingan. Kemampuan teknologi informasi yang dibangun dengan dasar teknologi informasi akan memiliki sejumlah keunggulan antara lain dapat menekan biaya, meningkatkan kualitas dan efisien serta kecepatan pengolahan data sehingga kemampuan dalam menghasilkan informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan manajemen perusahaan lebih diandalkan pada kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat (Kadir, 2005:22).

Menurut O'Brien, (2005:76) Teknologi informasi memainkan peranan penting dalam perekayasa ulang dalam proses bisnis. Kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta teknologi internet dapat secara mendasar meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti juga meningkatkan komunikasi dan kerjasama.

Sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan semakin modern, komunikasi yang efektif dan efisien pun semakin dibutuhkan. Masyarakat berlomba-lomba untuk menciptakan alat yang dapat membantu manusia dalam mengatasi masalahnya terhadap komunikasi. Salah satunya terciptalah *internet*. *Internet* adalah jaringan komputer global yang luas dan terus berkembang yang menghubungkan para pengguna komputer di seluruh

dunia ke sebuah media penyimpanan informasi yang sangat luas. (Kotler dan Armstrong 2004:71).

Menurut Bertha Silvia Sutejo, (2006:11), mengatakan bahwa *internet* merupakan sumber informasi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan. Hal ini dikarenakan internet dapat menjangkau semua wilayah, cepat dan efektif dalam menyampaikan berbagai informasi secara *universal*, berkualitas serta efisien karena dalam penggunaannya hampir tidak memerlukan biaya. Berdasarkan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa *internet* merupakan suatu jaringan komputer untuk mendapatkan informasi yang saat ini paling banyak digunakan oleh perusahaan karena dianggap efektif dan efisien dalam menghubungkan para penggunanya pada sebuah media penyimpanan informasi yang sangat luas. Sejak penggunaan *internet* sebagai media belanja masih menjadi hal utama, penyedia layanan perbankan juga perlu untuk memprediksi penerimaan internet oleh konsumen, dan mengerti mengapa penggunaan tersebut masih dilakukan (Manzano, 2009:22). Konsumen lebih memilih layanan internet karena mereka tidak perlu bertemu langsung dengan penyedia layanan secara personal dan berhadapan dengan perilaku dari konsumen lainnya (walker, 2006:33).

Salah satu model pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia perbankan adalah *Internet banking*. *i-banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan

melalui internet. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan (*financial dan non financial*) melalui komputer yang terhubung dengan jaringan internet bank (Supriyono, 2010 : 67).

Bank Indonesia membagi layanan *e-banking* menjadi 4 kategori, yaitu *internet banking, mobile banking, phone banking* dan *SMS banking*. Akan tetapi perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat keempat layanan tersebut semakin sulit untuk dibedakan. Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah maraknya penggunaan telepon seluler atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan *handphone*, selain melalui media internet. Saat ini, banyak aspek kehidupan yang menggunakan media internet dan *handphone*, termasuk industri perbankan. Perbankan yang dilakukan secara *online* adalah sistem pengiriman termurah untuk melakukan layanan perbankan. Sejumlah penelitian juga telah mengidentifikasi keuntungan untuk nasabah bank, termasuk penghematan biaya dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah bank (Ekin, 2001:156-165).

Bank menyediakan layanan *Electronic Banking* atau *e-banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa harus datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Transaksi *e-Banking* dapat dilakukan di mana saja, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real time*.

Pelayanan (*service*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang terbukti mereka peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas (Saputro, 2013:40).

Menurut Amijaya (2010:55) menunjukkan bahwa *persepsi teknologi informasi, persepsi pelayanan dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-banking*. Penelitian yang dilakukan Harlan (2014:9), dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan *risiko persepsian memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan e-banking*. Selain itu, Sebayang (2010:32) menyatakan *risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan mobile banking*. Penelitian Tjini (2013:3) menemukan bahwa *persepsi pelayanan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-banking*.

Penggunaan *e-banking* pasti ada risiko yang akan dialami penggunaanya berupa tindak kejahatan di dunia maya atau biasa disebut *Cyber Crime*, sehingga diperlukan kehati-hatian agar tercipta keamanan dan kenyamanan dalam transaksi *e-banking*. Di Indonesia sendiri banyak sekali penyimpangan karena penggunaan *e-banking* yang rawan terhadap tindak kriminal. Sedangkan kejahatan lainya berupa *online trading* fiktif yaitu mencantumkan barang

dagangnya dan ketika orang tertarik untuk membeli kemudian mentransfer uang ke nomor rekening penjual barangnya tidak terkirim. Adanya SMS palsu untuk mentransfer sejumlah uang merupakan modus selanjutnya walaupun dalam penanganan kasus ini tidak terlalu banyak kerugiannya, namun ini merupakan modus yang harus wajib untuk diketahui dan dipelajari. Dengan demikian resiko yang diderita bila mempergunakan *e-banking* mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakannya (Mentayani, 2016:53).

Salah satu perbankan syariah yang telah menyediakan layanan *e-banking* adalah BNI Syariah. dimana untuk memenuhi kebutuhan nasabah diantaranya dengan fasilitas *e-banking* seperti ATM, *Call Centre*, *SMS Banking*, *Internet Banking* dan *Phone Banking*. Seluruh fasilitas *e-banking* BNI Syariah terintegrasi dengan teknologi. BNI Induk ini memudahkan nasabah untuk mengakses transaksi finansial secara *Real Time* dimana saat ini BNI Syariah memiliki 68 Kantor Cabang Utama yang tersebar di seluruh Indonesia dan lebih dari 14.000 ATM BNI, 49.000 jaringan ATM bersama dan 93.000 jaringan ATM prima yang menjangkau wilayah hingga pelosok negeri. Selain itu nasabah diberikan akses call centre 1500046 yang bisa diakses online 24 jam apabila nasabah ingin menyampaikan keluhan terkait transaksi/produk. BNI Syariah di Yogyakarta sendiri memiliki 1 kantor cabang dengan 4 kantor cabang pembantu yaitu KCP Bulaksumur, KCP Godean, KCP Bantul dan KCP Kaliurang.¹

¹ <http://www.pernikjogja.com/2014/12/daftar-bni-syariah-di-yogyakarta.html/diakses> 10 maret 2018

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*?
2. Apakah persepsi pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai Dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*..
2. Untuk menguji menganalisis pengaruh persepsi pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti
 - a) Untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan nyata dalam kehidupan sehari-hari, terutama yang terkait dengan pengaruh persepsi teknologi informasi, persepsi risiko dan persepsi terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

b) Untuk meningkatkan dan memperluas, serta mengembangkan pemahaman keilmuan peneliti.

2. Bagi akademisi

a) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang berkaitan dengan masalah persepsi teknologi informasi, persepsi risiko dan persepsi pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

b) Penelitian ini dapat diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

3. Bagi praktisi

a) Penelitian ini dapat dijadikan salah satu literatur dalam studi pengembangan perbankan syariah. Dan penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan bagi para praktisi perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Adapun rencana sistematika pembahasan dari awal hingga akhir kesimpulan adalah sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian. Bab ini memuat latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab kedua merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini membahas telaah pustaka tentang informasi variabel-variabel yang diteliti, landasan teoritik, dan hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang membahas tentang metode-metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini berisi penjelasan mengenai model penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengukuran data, sumber data, definisi operasional variabel instrumen penelitian, pengujian instrumen dan teknik analisis.

Bab keempat tentang analisis data dan pembahasan. Bab ini berisi tentang hasil analisis dari pengolahan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Analisis tersebut diinterpretasikan terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori.

Bab kelima merupakan penutup dari penelitian yang telah dilakukan. Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembatasan penelitian mengenai pengaruh persepsi teknologi informasi, persepsi pelayanan dan persepsi resiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Bankig pada Nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Terbukti dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar $6,596 > 2,002$ menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan persepsi teknologi informasi akan menaikkan variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* sebesar 6,596 satuan. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya variabel teknologi informasi akan mengakibatkan Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi teknologi informasi yang semakin rendah maka minat nasabah menggunakan *internet banking* akan menurun.
2. Persepsi pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* pada Nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Terbukti dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar $2,439 > 2,002$. Dan dibuktikan dengan nilai koefisien dari persepsi pelayanan sebesar 0,245 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan persepsi pelayanan akan menaikkan

variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* sebesar 0,245 satuan. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya variabel persepsi pelayanan akan mengakibatkan Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* juga akan tinggi, begitu pula dengan persepsi pelayanan yang semakin rendah maka minat nasabah menggunakan *internet banking* akan menurun.

3. Persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Nasabah Menggunakan internet banking pada nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Terbukti dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar $-1,248 > 2,002$ dengan nilai signifikansi 0,217 dan dengan dibuktikan dengan nilai koefisien dari persepsi risiko sebesar -0,103. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh negative terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Artinya, resiko ketika menggunakan layanan *internet banking* yang ditawarkan oleh pihak bank BNI Syariah Yogyakarta tidak mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

B. Keterbatasan

1. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner, oleh karena itu, data yang dikumpulkan hanya menggambarkan persepsi atau pendapat para nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta terhadap minat nasabah dalam menggunakan *internet banking* dan peneliti tidak bisa mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Responden penelitian ini terbatas pada nasabah bank BNI Syariah Yogyakarta. Keterbatasan ini kemungkinan akan mengurangi generalisasi dari hasil penelitian ini.
3. Temuan hasil penelitian ini membuktikan bahwa selain persepsi teknologi informasi, persepsi pelayanan dan persepsi resiko terdapat faktor-faktor lain yang digunakan dalam studi mengenai minat nasabah menggunakan internet banking di bank BNI Syariah Yogyakarta. Persepsi teknologi, persepsi pelayanan dan persepsi resiko memberikan sumbangan sebesar 60,6% variabel yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking*, sedangkan sisanya 39,4% dapat dipengaruhi variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan populasi yang berbeda dan sampel yang digunakan sebaiknya lebih banyak daripada penelitian ini, sehingga penelitian lanjutan tersebut semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik, variabel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada penelitian ini, seperti variabel jaringan internet, kemudahan, kegunaan dan manfaat lebih spesifik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

2. Bagi nasabah sebaiknya lebih mencari informasi mengenai layanan internet banking mengenai dampak risiko dan manfaat ketika menggunakan *internet banking*.



DAFTAR PUSTAKA

Al-QUR'AN

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, Bandung: Syaamil Al-Qur'an

Buku

Alma, H. Buchari, *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Asrori, Muhammad, *Psikologi pembelajaran*. Bandung: CV Wacan Prima, 2009.

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta

Crow, L., A. Crow, *Psikologi pendidikan*. Surabaya: Bina Ilmu, 1980.

Ciptono, fandy, *Pemasarn Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia publishing, 2011.

Eriyanto, *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*, Yogyakarta: LKIS, 2007.

Imam, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005.

Kotler, Philip, dkk, *Manajemen Pemasaran Edisi-13*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, *Manajemen Pemasaran*, 2007.

Kadir, A, *Pengenalan Teknologi Informasi*, Yogyakarta:2003

- Kadir, Adiwarmanto A, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Press, 2004.
- Muhammad, *Bank Syariah: Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Maryanto, Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2010.
- Manan, M. Abdul, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1997.
- Muhammad, Muflih, *Perilaku konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo, 2001.
- Mufraini, Muhammad arif, *Etika Bisnis*. Jakarta: Gramata, 2011.
- Mudrajat, Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2001.
- Mussry, J, Wirtz, J dan Lovelock, C., 2010, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*, Jakarta: Erlangga
- Philip, Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Rahmat, Jalaluddin, *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Karya, 1990.
- Riswandi, B.A., 2005, *Aspek Hukum Internet Banking*, Raja Grafindo: Jakarta

- Slometo. *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D CET. KET-4*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Saifuddin, Azwar, *Reliabilitas dan Valliditas CET VIII*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Supranto, Johannes, Luqman Hakim. *Pengambilan Risiko Secara Strategis Bagi Pengambil Keputusan Bisnis*. Jakarta: Rajawali, 2003.
- Syah, muhibbin, *Psikologi Pendidikan dengan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Sumarwan, ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Surayitno, Eko, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. malang: uin-malang press, 2008.
- Supomo, Bambang, *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2011.
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Efendy. *Metode Penelitian Survei*.1995.

Undang-undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

Walgito, bimo, *Pengantar Psikologi Umum*. Surabaya:Bina Ilmu, 1989.

Winkel, W.S, *Psikologi pengajaran*. Yogyakarta: Media Abadi, 2012.

Jurnal

Brian dewi saputro, *pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kecemasan berkomputer dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan internet banking*. vol.2 no 1.

Ida mentayani, 2016, *pengaruh kemampuan teknologi informasi, kemudhan, risiko dan fitur pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking*. vol.9 No 2.

Faramita, dwi tama dan mohammad abdul much, *faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking dengan menggunakan anjunga tunai mandiri*. vol.7 (September 2012).

Sulistiyarini, Suci. "*pengaruh inat individu terhadap penggunaan mobile banking: teknologi acceptance model (TAM) dan theory of planned behavior (TPB)*," Jurnal Ekonomi dan Bsinis. 2010.

Ritmaya, Chitra Laksmi, *pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank BCA dalam*

menggunakan internet banking, vol,16.No.1, jurnal riset ekonomi dan manajemen, 2016.

Sukirno, Brian dwi, *pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, kecemasan berkomputer dan kualitas layanan terhadap minat menggunakan internet banking*, vol 2, No 1. 2013.

Sulastini, Nip Utu dan Gde Ketut Warmika, *Aplikasi TAM, Risiko, dan kepercayaan dalam menjelaskan niat menggunakan internet banking*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, (2014).

Wahyuni MZ, Defi. “*Pengaruh Terapan Informasi Sinar Tebar Milyar Terhadap Minat Menabung Masyarakat PT. Bank Riau Kepri di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru*,” Jurnal Sitem Informasi, 2012.

Web

<https://www.bnisyariah.co.id> 15 April 2019

Web

<https://www.bnisyariah.co.id> 15 April 2019

<https://ekbis.sindonews.com/read/1172393/178/pengguna-e-banking-meningkat-tajam-1484822191.2017.Editor> Hafid Fuad

<https://news.detik.com/berita/d-3499375/polisi-tangkap-sindik-pembobol->

[rekening-rp-12-m-di-palembang](#). 2017. Editor Mei Amelia R. Akses pada 3 April

2019, pukul 20:45



LAMPIRAN 1

TERJEMAHAN AL-QUR'AN DAN HADIST

1. Al-baqarah : 265

Artinya: *“Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran tinggi disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka hujan gerimis (pun memadai). Dan Allah maha melihat apa yang kamu perbuat”.*

2. Al-luqman (31): 34

Artinya: *“sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang Hari Kiamat; dan dialah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam Rahim. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. Dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.*

3. Az-Zukhruf (43): 32

Arinya: *“Apakah mereka yang mebagi-bagi rahad kami telah menentukan antara penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meniggikan sebahagian mereka atas sebahagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. Dan Rahmat Rabbmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”.*

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Terima kasih atas partisipasi Anda menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kusioner ini. Kusioner salah satu instrument penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : Jamilah Chairani Hasibuan
Nim : 13820025
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Judul Penelitian : **Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus di BNI Syariah Yogyakarta)**

Untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kusioner ini dan menjamin kerahasiaan Anda. Demikian kusioner ini diberikan, atas kerjasama dan bantuan Anda, Saya ucapkan terima kasih.

Wa'allaikumsallam, Wr. Wb.

Hormat saya,

Jamilah hsb

Petunjuk Pengisian :

Pada pertanyaan di bawah ini, responden dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya,

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. < 17 tahun
 - b. 17-25 tahun
 - c. 26-35 tahun
 - d. 36-45 tahun
 - e. > 45 tahun
4. Status :
 - a. kawin
 - b. Belum kawin
5. Pekerjaan Anda saat ini :
 - a. Wiraswasta
 - b. PNS
 - c. Pelajar/Mahasiswa
 - d. Ibu rumah tangga
 - e. Lainnya.....
6. Perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses internet :
 - a. Handphone
 - b. Tab
 - c. Leptop
 - d. komputer
7. Menjadi nasabah BNI syariah
 - a. < 6 bulan
 - b. 6 bulan-1 tahun
 - c. 1 tahun-2 tahun
 - d. > 2 tahun
8. Selain BANK BNI Syariah, Apakah anda menggunakan jasa perbankan lainnya:
 - a. Ya
 - b. Tidak

Petunjuk pengisian:

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan jalan memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Persepsi Teknologi Informasi

No	keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	Kecepatan transaksi dengan <i>Internet Banking</i> sangat tinggi				
2.	<i>Internet Banking</i> memiliki banyak manfaat pada nasabah				
3.	Transaksi yang dilakukan dengan <i>Internet Banking</i> sangat efektif				
4.	<i>Internet Banking</i> sangat mendukung aktivitas saya				
5.	Menggunakan <i>Internet Banking</i> membuat saya lebih mudah dalam mengerjakan tugas/pekerjaan saya yang berhubungan dengan transaksi perbankan				

2. Persepsi Pelayanan

No	keterangan	Tanggapan Responden
-----------	-------------------	----------------------------

		STS	TS	S	SS
1.	<i>Internet Banking</i> sangat mudah untuk dioperasi				
2.	Bank menyediakan fasilitas transaksi yang lengkap dalam <i>Internet Banking</i>				
3.	Setiap kebutuhan nasabah akan terpenuhi karena fasilitas <i>Internet Banking</i> yang sesuai dengan kebutuhan nasabah				
4.	Bank mudah dihubungi				
5.	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya				

3. Persepsi Resiko

No	keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	<i>Internet Banking</i> rawan adanya pencurian data				
2.	Bertransaksi menggunakan <i>Internet Banking</i> rawan pencurian nomor PIN				
3.	Pengoperasian <i>Internet Banking</i> membutuhkan biaya yang besar				
4.	Rahasia pribadi (PIN) <i>Internet Banking</i> mudah di uri ataupun di bajak orang				
5.	Kode pengenal (<i>user ID</i>) <i>Internet Banking</i> rawan pembobolan dan penipuan				

4. Minat Nasabah

No	keterangan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya berminat menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> saat bertransaksi				

2.	Saya berminat untuk menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> karena mendapat rekomendasi dari rekan-rekan				
3.	Saya akan sering mencoba menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> pada saat bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan, seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, membeli pulsa dan lain-lain				
4.	Saya berminat menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> jika memang sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan saya di masa yang akan datang				
5.	<i>Internet Banking</i> sangat hemat waktu dan tenaga, sehingga cocok digunakan untuk masa depan				

LAMPIRAN 3

DATA KUSIONER

a. Variabel Persepsi Teknologi Informasi (X₁)

No	Persepsi teknologi informasi (X ₁)					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	4	4	4	4	19
2	3	3	2	3	2	13
3	2	3	1	1	1	8
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	2	4	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20
10	2	4	3	3	3	15
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	2	4	3	15
13	3	3	2	2	2	12
14	3	4	4	4	4	19
15	4	4	4	3	3	18
16	4	4	4	4	4	20
17	4	3	2	4	3	16
18	4	4	4	3	4	19
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	3	4	4	19
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	3	3	18
24	4	4	4	4	3	19
25	4	4	4	3	4	19
26	2	3	3	3	3	14
27	2	3	3	3	3	14
28	4	4	4	3	4	19
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	3	3	18
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	3	3	3	15
34	4	3	2	3	3	15
35	3	3	3	3	3	15

36	3	2	3	2	3	13
37	3	3	3	3	3	15
38	3	4	3	3	3	16
39	4	4	4	4	4	20
40	3	3	3	3	3	15
41	3	3	3	3	3	15
42	3	3	3	3	3	15
43	2	3	2	2	4	13
44	2	3	3	3	3	14
45	2	3	2	3	4	14
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	4	3	4	3	3	17
52	4	3	3	4	4	18
53	4	4	4	3	3	18
54	3	3	3	3	3	15
55	4	3	3	4	3	17
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	15
59	2	3	3	3	3	14
60	4	4	4	4	3	19

b. Variabel Persepsi Pelayanan

No	Persepsi pelayanan (x2)					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	2	3	3	3	14
3	2	3	3	3	3	14
4	3	3	3	4	2	15
5	4	4	4	4	4	20
6	3	2	2	3	4	14
7	2	1	2	2	3	10
8	4	3	3	3	2	15
9	4	3	3	4	3	17
10	3	3	2	2	4	14
11	4	4	4	4	3	19

12	3	4	3	3	4	17
13	2	1	3	2	3	11
14	3	3	2	3	2	13
15	4	3	3	2	3	15
16	4	4	4	3	3	18
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	3	3	4	16
20	4	4	4	4	3	19
21	3	1	1	2	4	11
22	4	4	4	4	3	19
23	3	2	2	2	4	13
24	4	2	2	2	4	14
25	3	3	2	2	2	12
26	3	2	3	3	3	14
27	3	2	3	2	3	13
28	3	3	3	4	2	15
29	3	3	4	3	3	16
30	4	3	3	4	3	17
31	3	3	4	3	3	16
32	3	3	2	3	4	15
33	3	2	3	2	2	12
34	3	3	4	3	3	16
35	3	3	3	1	3	13
36	3	1	3	3	1	11
37	3	3	3	4	3	16
38	3	2	3	3	4	15
39	3	3	3	3	3	15
40	3	2	3	3	3	14
41	3	2	2	2	3	12
42	2	2	2	2	2	10
43	3	3	2	3	2	13
44	3	2	2	1	3	11
45	3	2	2	3	1	11
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	2	2	13
51	3	3	4	4	4	18
52	4	3	4	4	4	19

53	3	3	3	4	3	16
54	4	2	3	3	3	15
55	4	3	3	3	3	16
56	3	3	3	3	3	15
57	4	1	4	4	4	17
58	3	2	3	3	3	14
59	3	2	2	3	3	13
60	4	4	4	4	4	20

c. Variabel Persepsi Resiko

No	Persepsi Risiko (X3)					Total
	1	2	3	4	5	
1	2	2	3	3	2	12
2	3	3	3	3	2	14
3	2	2	3	2	2	11
4	3	3	4	3	3	16
5	3	3	4	3	3	16
6	2	2	3	2	2	11
7	2	1	3	2	2	10
8	2	2	4	3	3	14
9	3	3	4	3	3	16
10	2	2	3	2	2	11
11	1	1	3	2	1	8
12	2	2	3	1	3	11
13	2	2	3	2	2	11
14	2	2	3	2	2	11
15	1	1	3	1	3	9
16	2	1	2	2	2	9
17	1	4	1	4	1	11
18	1	2	3	2	2	10
19	2	2	3	2	3	12
20	2	3	2	3	2	12
21	1	2	3	1	1	8
22	3	3	4	3	3	16
23	2	2	3	2	2	11
24	2	3	2	3	3	13
25	2	3	3	1	2	11
26	2	1	3	2	2	10
27	2	2	2	2	2	10

28	1	2	4	1	1	9
29	2	1	2	3	3	11
30	2	3	2	3	2	12
31	2	2	2	2	2	10
32	1	1	3	2	2	9
33	2	2	3	2	2	11
34	3	2	3	2	3	13
35	2	3	3	2	2	12
36	2	2	4	4	4	16
37	2	4	3	3	3	15
38	2	3	3	4	4	16
39	2	3	3	3	2	13
40	3	2	3	3	3	14
41	2	2	3	2	3	12
42	2	3	4	2	2	13
43	2	3	3	2	2	12
44	2	3	3	3	2	13
45	2	2	3	2	2	11
46	2	3	3	3	3	14
47	2	2	3	3	3	13
48	2	2	1	2	2	9
49	3	2	3	3	3	14
50	2	2	3	2	2	11
51	4	4	3	4	3	18
52	4	4	4	4	4	20
53	3	3	3	3	3	15
54	3	3	3	3	3	15
55	3	2	4	2	2	13
56	2	2	3	2	2	11
57	1	1	4	1	1	8
58	3	3	3	2	2	13
59	3	3	4	2	3	15
60	4	4	4	4	4	20

d. Variabel Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Y)

No	Minat nasabah menggunakan internet banking (Y1)					Total
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	15
3	2	2	3	2	1	10

4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	3	3	3	3	15
7	2	3	3	3	2	13
8	3	2	3	3	3	14
9	4	3	3	4	4	18
10	3	3	4	3	3	16
11	4	4	3	3	3	17
12	4	4	3	3	3	17
13	2	2	2	2	2	10
14	4	4	4	4	4	20
15	4	3	3	3	4	17
16	4	3	4	4	4	19
17	4	3	3	2	4	16
18	4	3	3	3	4	17
19	3	3	3	3	4	16
20	4	4	4	4	3	19
21	4	4	3	4	4	19
22	4	4	4	4	4	20
23	3	2	2	3	4	14
24	4	3	3	3	4	17
25	3	1	1	2	4	11
26	3	3	2	4	3	15
27	3	2	3	2	3	13
28	3	1	3	4	4	15
29	4	3	4	4	4	19
30	3	3	3	3	3	15
31	4	4	3	3	4	18
32	4	2	4	4	4	18
33	3	3	3	3	3	15
34	3	2	3	3	3	14
35	3	3	3	3	3	15
36	1	2	3	2	3	11
37	3	3	3	3	3	15
38	3	3	3	2	3	14
39	3	2	4	3	4	16
40	3	2	3	3	3	14
41	3	3	3	3	3	15
42	3	3	3	3	3	15
43	2	2	2	2	2	10
44	2	2	2	3	3	12

45	2	3	2	2	2	11
46	3	3	3	3	3	15
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	3	3	3	17
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	3	2	2	3	4	14
52	3	2	3	3	4	15
53	3	3	3	3	4	16
54	3	2	2	3	3	13
55	3	3	3	3	4	16
56	2	2	2	3	3	12
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	3	15
59	2	3	3	3	3	14
60	4	3	3	3	4	17



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

LAMPIRAN 3**DATA RESPONDEN**

No	Jenis Kelamin	USIA	STATUS	Pekerjaan	Perangkat yang digunakan	menjadi nasabah
1	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bluan
2	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bulan
3	PR	17-25 Tahun	belum kawin	lainnya	handphone	1-2 tahun
4	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bulan
5	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bulan
6	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	1-2 tahun
7	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bulan
8	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	6-1 tahun
9	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bulan
10	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	6 bln-1 thn
11	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bulan
12	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	6 bulan- 1 tahun
13	PR	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	6 bln- 1 thn
14	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bln
15	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bln
16	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bln

17	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
18	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
19	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bln
20	PR	26-35 Tahun	kawin	lainnya	handphone	16 bln- 1 thn
21	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bln
22	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
23	PR	26-35 Tahun	kawin	lainnya	handphone	16 bln- 1 thn
24	PR	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	<6 bln
25	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
26	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
27	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
28	PR	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	<6 bln
29	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	16 bln- 1 thn
30	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
31	PR	26-35 Tahun	kawin	lainnya	handphone	16 bln- 1 thn
32	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
33	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
34	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
35	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
36	PR	26-35 Tahun	kawin	lainnya	handphone	16 bln- 1 thn
37	PR	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
38	PR	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	16 bln- 1 thn
39	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln

40	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
41	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
42	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	2 tahun
43	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
44	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
45	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6
46	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6
47	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	6-1 thn
48	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	1-2 thn
49	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6bln
50	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
51	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
52	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
53	LK	26-35 Tahun	belum kawin	lainnya	handphone	<6 bln
54	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	6 bln-1 thun
55	LK	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	6 bln-1 thn
56	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	< 6 bln
57	LK	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	< 6 bln
58	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	<6 bln
59	LK	17-25 Tahun	belum kawin	pelajar/mahasiswa	handphone	6 bln- 1 thn
60	LK	26-35 Tahun	kawin	wiraswasta	handphone	6 bln -1 thn

LAMPIRAN 5

HASIL ANALISIS DATA

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Variabel Persepsi Teknologi Informasi

		Correlations					TOTAL_
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.524**	.616**	.584**	.441**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.524**	1	.727**	.562**	.559**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.616**	.727**	1	.594**	.642**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.584**	.562**	.594**	1	.680**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.441**	.559**	.642**	.680**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.786**	.806**	.878**	.831**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

Variabel Pelayanan

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.469**	.474**	.471**	.260*	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.045	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.469**	1	.543**	.486**	.161	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.219	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.474**	.543**	1	.610**	.188	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.150	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.471**	.486**	.610**	1	.145	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.269	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.260*	.161	.188	.145	1	.492**
	Sig. (2-tailed)	.045	.219	.150	.269		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.716**	.766**	.797**	.774**	.492**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Risiko

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.539**	.327*	.526**	.619**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.000	.000	.000

	N	60	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.539**	1	.098	.597**	.339**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.457	.000	.008	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.327*	.098	1	.004	.306*	.452**
	Sig. (2-tailed)	.011	.457		.975	.017	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	.526**	.597**	.004	1	.582**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.975		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.5	Pearson Correlation	.619**	.339**	.306*	.582**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.017	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.834**	.738**	.452**	.774**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*

		Correlations					TOTAL_Y1
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Y.1	Pearson Correlation	1	.579**	.519**	.597**	.658**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.579**	1	.528**	.429**	.161	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.219	.000
	N	60	60	60	60	60	60

Y.3	Pearson Correlation	.519**	.528**	1	.569**	.314*	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.014	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.4	Pearson Correlation	.597**	.429**	.569**	1	.526**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.5	Pearson Correlation	.658**	.161	.314*	.526**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.219	.014	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL_Y1	Pearson Correlation	.880**	.720**	.755**	.798**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Reliabilitas
Variabel Persepsi Teknologi Informasi

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

Variabel Persepsi Pelayan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	5

Variabel Risiko

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.768	5

Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

2. Uji Asumsi Klasik

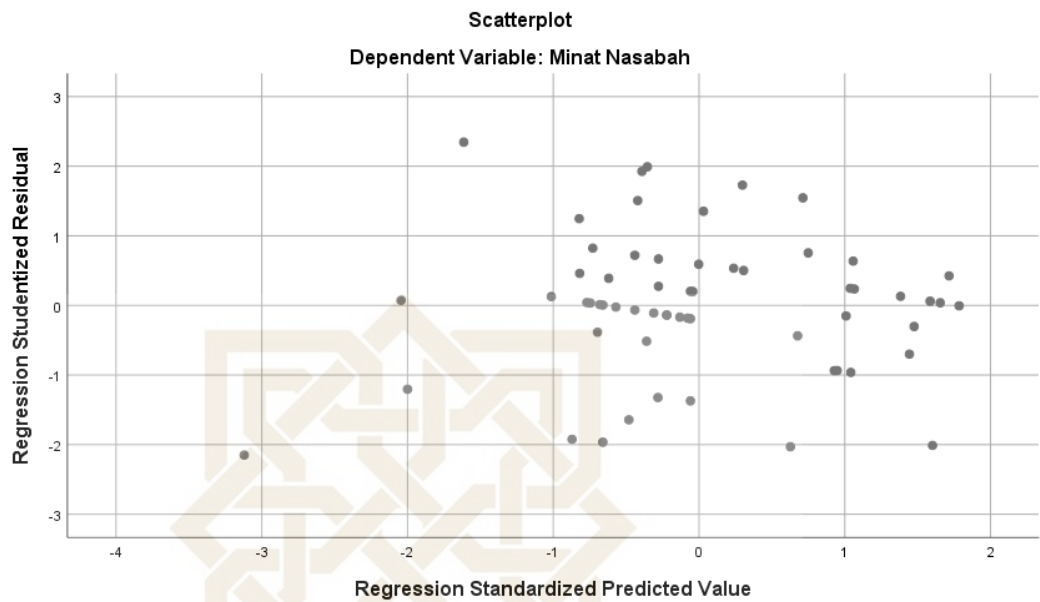
a. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF	
	(Constant)	2.693	1.715			1.570	.122	
Persepsi Teknologi Informasi	.622	.094	.637	6.596	.000	.716	1.397	
Persepsi Pelayanan	.245	.100	.244	2.439	.018	.668	1.496	
Persepsi Risiko	-.103	.082	-.108	-1.248	.217	.896	1.116	

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

Tidak terjadi multikol karena nilai *tolerance* $>0,1$ dan *VIF* < 10 .

b. Uji Heteroskedastisitas



3. Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.626	.606	1.636

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.502	3	83.501	31.195	.000 ^b
	Residual	149.898	56	2.677		
	Total	400.400	59			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Pelayanan

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)		2.693	1.715		1.570	.122	
Persepsi Teknologi Informasi		.622	.094	.637	6.596	.000	.716
Persepsi Pelayanan		.245	.100	.244	2.439	.018	.668
Persepsi Risiko		-.103	.082	-.108	-1.248	.217	.896

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 6

CURRICULUM VITAE

1. Personal

Nama : Jamilah Chairani Hasibuan
Tempat Tanggal Lahir : Sibuhuan, 08 Maret 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jln. Surapati lik III Ps.Sibuhuan
Nomor Telepon : 082135358591
Email : jamilahrani@yahoo.co.id

2. Pendidikan Formal

Tahun	Sekolah
2004-2010	SD Negeri Banjar Raja
2007-2010	MAS NU AEK KHAYUARA SIBUHUAN
2010-2013	MAN SIBUHUAN
2013-2019	Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta