

**PENGARUH *CONSUMER AWARENESS, TRUST* DAN *PERCEIVED OF RISK* TERHADAP *ADOPSI DIGITAL BANKING SYARIAH*  
(STUDI KASUS NASABAH PENGGUNA *DIGITAL BANKING SYARIAH* DI  
KARANGANYAR)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

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

Oleh :

Siti Ambar Wati

**NIM. 16820120**

Dosen Pembimbing Skripsi:

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**

**2020**



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

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-631/Un.02/DEB/PP.00.9/09/2020

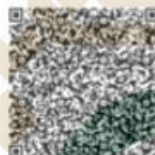
Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH CONSUMER AWARENESS, TRUST DAN PERCEIVED OF RISK  
TERHADAP ADOPTSI DIGITAL BANKING SYARIAH (STUDI KASUS NASABAH  
PENGGUNA DIGITAL BANKING SYARIAH DI KARANGANYAR)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SITI AMBAR WATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 16820120  
Telah diujikan pada : Selasa, 11 Agustus 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

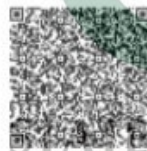


Ketua Sidang

Des. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 5C596d197628

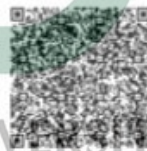


Penguji I

Jaubar Faradis, S.H.I., M.A.

SIGNED

Valid ID: 4f654bec0e1e



Penguji II

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.

SIGNED

Valid ID: 51d274f99366



Yogyakarta, 11 Agustus 2020

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.

SIGNED

Valid ID: 50f97722e7384



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga **FM-UINSK-BM-05 03/RO**

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Siti Ambar Wati

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

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Siti Ambar Wati

NIM : 16820120

Judul Skripsi : "Pengaruh *Consumer Awareness, Trust, dan Perceived of Risk* Terhadap Adopsi *Digital Banking Syariah* (Studi Kasus Nasabah Pengguna *Digital Banking Syariah* di Karanganyar)"

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 7 Dzul Hijjah 1441 H

28 Juli 2020 M

Pembimbing,

  
Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.S.I.

NIP: 19661119 199203 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Ambar Wati

NIM : 16820120

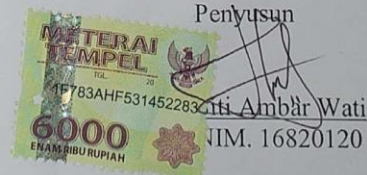
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Pengaruh Consumer Awareness, Trust, dan Perceived of Risk Terhadap Adopsi Digital Banking Syariah (Studi Kasus Nasabah Pengguna Digital Banking Syariah di Karanganyar)*" 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, 07 Dzul Hijjah 1441 H  
28 Juli 2020 M

Penyusun



## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Siti Ambar Wati  
NIM : 16820120  
Prodi : 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:

### ***”Pengaruh *Consumer Awareness, Trust, dan Perceived of Risk Terhadap Adopsi Digital Banking Syariah*”***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia, 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 : 20 September 2020

Yang menyatakan



(Siti Ambar Wati)

## MOTTO

“JIKA KEBAHAGIAAN ADALAH MATAHARI DAN KESEDIHAN ADALAH  
HUJAN MAKA KITA PERLU KEDUANYA UNTUK MELIHAT INDAHNYA  
PELANGI”

‘MAN JADDA WAJADA’

MAKA SESUNGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ADA KEMUDAHAN (AL-  
INSYIROH: 6)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah yang senantiasa memberi rahmat dan kekuatan di setiap langkah saya

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Bapak Tri Joko dan Ibu Waginem tercinta yang telah membesarkan saya hingga saya seperti ini dan pastinya memberikan doa untuk kelancaran penyelesaian skripsi saya dan kasih sayang yang tak ternilai harganya selalu tercurahkan di setiap nafas saya.

Adik-adikku, Bagus Cahyo Widodo, Tri Susilowati, dan Kiky Widya Larasati. Tak lupa juga keponakanku Elvano dan Al Ghaffar beserta ibunya Merlin yang selalu menghiburku. Serta segenap keluarga dan kerabat yang selalu mensupport setiap lelahku.

Nenek saya tercinta Almh. Ngadiyem yang selama ini telah memberiku kasih sayang yang amat luar biasa. Kakek saya mbah Reso Gimin dan mbah Suparman yang juga telah baik kepada saya.

Jalaluddin Rafsanjani Rojaf yang telah menemani dan membantu saya selama ini

Sahabat-sahabatku, Waduk Squad, Juminten Squad, Assiyaappp Grup, Irawati, rekan di rumah, rekan-rekan KKN Bototlogo dan teman-teman kuliah lainnya yang telah mendukung dan membantu menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Bapak Izra dan Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu memberikan bimbingan terbaik.

Semua orang yang menanyakan kapan saya lulus....

Keluarga besar mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2016.

Almamaterku tercinta

UIN 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.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es



ث	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ء	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

### Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

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

### *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* 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.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya’</i>

### Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ḏukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

### Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	Ditulis ditulis	<i>Ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati تَنَسَى	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati كريم	ditulis ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>

فروض	ditulis	<i>furūd</i>
------	---------	--------------

### Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بينكم	Ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

### Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

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

### Kata Sandang Alif + Lam

Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama

*Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūḍ</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *robbil-'aalamiin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat kesempatan, nikmat hidayah dan nikmat karunia-Nya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi atau tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat. Setelah melalui proses yang cukup panjang, Alhamdulillah atas izin Allah skripsi atau tugas akhir ini dapat diselesaikan meskipun masih jauh dari kesempurnaan.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M. A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.S.I., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan,

memberikan kritik dan saran, serta memberikan motivasi selama saya menyusun skripsi ini.

5. Bapak Izra Berakon, S.E.I, M,Sc., selaku dosen pembimbing akademik selama perkuliahan saya dari semester awal hingga akhir yang telah membimbing, membantu, dan mensupport saya.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi ilmu pengetahuan dan wawasan saat penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh nasabah pengguna *digital banking syariah* di Karanganyar yang telah memberikan waktunya untuk mengisi kuisioner.
8. Keluarga besar penulis yang selalu mengirim doa, motivasi, dukungan, semangat dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
9. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah 2016 dan teman-teman yang sudah mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi.
10. Semua yang telah mendukung dan mendoakan yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga Allah membalas kebaikan mereka semua serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. *Aamiin Ya Rabbal 'Alaamiin*

Yogyakarta, 25 Juli 2020

Siti Ambar Wati

## DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	12
D. MANFAAT PENELITIAN.....	13
E. SISTEMATIKA PENULISAN.....	15
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI.....	19
A. LANDASAN TEORI.....	19
1. Perilaku Konsumen .....	19
2. Adopsi <i>Digital Banking Syariah</i> .....	21
3. <i>Consumer Awareness</i> .....	27
4. <i>Trust</i> (Kepercayaan) .....	29
5. <i>Perceived of Risk</i> (Persepsi Risiko).....	32
B. TELAAH PUSTAKA .....	35
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	41
D. KERANGKA PENELITIAN .....	47
BAB III .....	48

METODE PENELITIAN.....	48
A. Pendekatan Penelitian .....	48
B. Populasi dan Sample .....	48
C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
D. Variabel Penelitian .....	53
E. Definisi Operasional.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV .....	66
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	66
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	66
B. Analisis Deskriptif .....	66
C. Hasil Uji Instrumen Data dan Hipotesis.....	73
D. Pembahasan.....	87
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN.....	107
LAMPIRAN 1 .....	107
LAMPIRAN 2 .....	112
LAMPIRAN 3 .....	114
LAMPIRAN 4.....	117
LAMPIRAN 5.....	121
LAMPIRAN 7.....	116



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Telaah Pustaka .....	35
Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert .....	51
Tabel 3. 2 Indikator <i>Consumer Awareness</i> .....	55
Tabel 3. 3 Indikator <i>Trust</i> .....	56
Tabel 3. 4 Indikator <i>Perceived of Risk</i> .....	57
Tabel 3. 5 Indikator Adopsi <i>Digital Banking Syariah</i> .....	58
Tabel 4. 1 Data Bank Syariah yang Digunakan .....	67
Tabel 4. 2 Data Jenis Digital Banking Syariah yang Digunakan .....	68
Tabel 4. 3 Data Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4. 4 Data Usia responden .....	70
Tabel 4. 5 Data Pendidikan Terakhir .....	71
Tabel 4. 6 Data Pekerjaan Responden.....	72
Tabel 4. 7 Data Pendapatan Responden.....	73
Tabel 4. 8 Data Nilai <i>Outer Loading</i> .....	75
Tabel 4. 9 Data Nilai <i>Avarage Variance Extraced</i> .....	77
Tabel 4. 10 Data Nilai <i>Fornell Larcker Criterion or HTMT</i> .....	78
Tabel 4. 11 Data Nilai <i>Cross Loading</i> .....	79
Tabel 4. 12 Data Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	80
Tabel 4. 13 Data Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	81
Tabel 4. 14 Data Nilai <i>R Square</i> .....	82
Tabel 4. 15 Data Nilai <i>Path Coefficients</i> .....	84
Tabel 4. 16 Data Nilai <i>T Statistics</i> .....	85
Tabel 4. 17 Nilai <i>Predictive Relevance</i> .....	86
Tabel 4. 18 Nilai <i>Model Fit</i> .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Kerugian Dunia Maya 2014-2018 .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	47
Gambar 4. 1 Model Penelitian .....	74



## ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, kehidupan manusia akan berubah. Salah satunya segala kegiatan dilakukan dengan basis teknologi digital. Terlebih pada situasi pandemi covid-19 yang sedang melanda dunia saat ini. Dunia bisnis beralih dengan penggunaan layanan digital tak terkecuali perbankan. Adopsi *digital banking* merupakan keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan digital yang disediakan oleh bank. Keputusan ini tentu dipengaruhi beberapa faktor seperti *consumer awareness*, *trust*, dan *perceived of risk*. Hubungan antara faktor satu dan yang lain akan diteliti dalam penelitian ini menggunakan alat analisis model SEM SmartPLS versi 3. Model SEM SmartPLS adalah alat uji analisis dengan dua jenis pengukuran yakni *measurement model* dan *structural model*. Alasan penggunaan model SEM PLS karena analisis data tidak didasarkan pada banyak asumsi. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Van Voorhis dan Morgan dengan hasil penghitungan rumus sebanyak 74 sebagai jumlah minimum. Metode sampling yang digunakan purposive sampling. Data yang didapatkan 87 nasabah pengguna *digital banking syariah* di Karanganyar sebagai responden. Hasil dari penelitian ini adalah *consumer awareness* dan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *digital banking syariah*. sedangkan *perceived of risk* berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi *digital banking syariah*.

Kata kunci: *consumer awareness*, *trust*, *perceived of risk*, *digital banking syariah*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **ABSTRACT**

*As the times progress, human life will change. One of them is that all activities are carried out on the basis of digital technology. Especially in the covid-19 pandemic situation that is currently hitting the world. The business world is shifting to the use of digital services, including banking. The adoption of digital banking is a customer's decision to continue using digital services provided by the bank. This decision is certainly influenced by several factors such as consumer awareness, trust, and perceived risk. The relationship between one factor and another will be examined in this study using the SEM SmartPLS version 3 analysis tool. The SmartPLS SEM model is an analytical test tool with two types of measurement, namely a measurement model and a structural model. The reason for using the SEM PLS model is because data analysis is not based on many assumptions. The determination of the number of samples used the Van Voorhis and Morgan formula with the calculation results of the formula as much as 74 as the minimum amount. The sampling method used was purposive sampling. Data obtained by 87 customers of Islamic digital banking users in Karanganyar as respondents. The results of this study are consumer awareness and trust have a significant positive effect on the adoption of Islamic digital banking, while the perceived of risk has no significant effect on the adoption of Islamic digital banking.*

*Keywords: consumer awareness, trust, perceived of risk, digital banking syariah.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Saat ini Indonesia telah mengalami masa transisi ke era yang lebih modern. Dimana segala kegiatan dilakukan dengan basis teknologi. Masa ini lebih dikenal dengan era revolusi industri 4.0. Kemajuan inilah yang mendorong para pelaku bisnis dan perusahaan mengambil kesempatan untuk lebih berkembang dengan teknologi. Tak terkecuali industri perbankan. Teknologi yang diciptakan tak hanya berbasis unit mesin untuk membantu pelayanan 24 jam, namun teknologi virtual untuk pelayanan jarak jauh turut dikembangkan. Terlebih pada situasi pandemi covid-19 dengan tingkat kewaspadaan dalam berinteraksi antar sesama semakin meningkat. Perbankan sendiri telah berinovasi dengan produk berbasis digital mulai dari *digital branch* seperti ATM/EDC hingga digital virtual atau *online banking* seperti *mobile banking* yang tengah trend saat ini.

Penggunaan *digital banking* belum meluas ke berbagai kalangan masyarakat. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 di enam wilayah besar di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet tergolong tinggi yakni mencapai 143,26 juta jiwa atau setara 54,68% dari total penduduk

Indonesia sebesar 262 juta jiwa. Namun, layanan yang paling rendah diakses dengan internet adalah di sektor perbankan dengan persentase 7,39%.<sup>1</sup>

Penyebab rendahnya persentase penggunaan *digital banking virtual* terjadi kemungkinan dikarenakan kurangnya kesadaran dan kepercayaan masyarakat. Masyarakat belum sadar akan kemudahan penggunaan *digital banking*. Namun, tidak dapat dipungkiri kekhawatiran masyarakat terhadap risiko penggunaan bisa menjadi salah satu alasan pertimbangan penggunaan. Menurut *Global Economic Crime and Fraud Survey* PwC tahun 2018, kejahatan siber telah lama melewati fase awal dan pertengahan. Menurut para bankir Indonesia dalam survei PwC, ancaman-ancaman keamanan siber adalah risiko terbesar terhadap usaha digitalnya<sup>2</sup>. Menurut data Kominfo Indonesia tahun 2020 penggunaan jaringan internet awalnya berpusat di perkantoran kini meluas ke pemukiman dan meningkat sekitar 30-40% dari tahun-tahun sebelumnya. Tak hanya itu, penggunaan internet di daerah tertinggal juga meningkat sebesar 23%.<sup>3</sup> Data ini memungkinkan penggunaan *digital banking* turut meningkat.

Zhou (2012) berpendapat bahwa *digital banking virtual* diartikan pengguna mengadopsi *terminal mobile* untuk mengakses berbagai layanan seperti pembayaran, cek saldo, transfer, pembayaran tagihan, dan manajemen keuangan. Tak hanya layanan digital virtual, sebelumnya perbankan telah

---

<sup>1</sup><https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180219142137-37-4727/apjii-pengguna-internet-2017-mencapai-14326-juta-naik-8> diakses pada tanggal 05 Desember 2019, pukul 06.01

<sup>2</sup> <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2018/indonesian/perbankan-digital-indonesia-survei-2018.html> diakses pada tanggal 25 Agustus 2020, pukul 16:16

<sup>3</sup> [https://www.kominfo.go.id/content/detail/25881/penggunaan-internet-naik-40-saat-bekerja-dan-belajar-dari-rumah/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/25881/penggunaan-internet-naik-40-saat-bekerja-dan-belajar-dari-rumah/0/berita_satker), diakses pada Sabtu, 25 Juli 2020, 20:13

menciptakan layanan *digital branch* yaitu ATM/EDC. Menurut Kasmir (2004) ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Penelitian Hanif (2017) menyatakan bahwa *digital banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank pada era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa *digital banking* adalah fasilitas berbasis teknologi digital yang ditawarkan bank untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabah perbankan. Tak hanya itu, menurut artikel penelitian OJK (2018) *digital banking* juga berfungsi menciptakan efisiensi operasional perbankan.

*Digital banking* meliputi layanan teknologi salah satunya *e-banking* yang merupakan suatu terobosan layanan informasi perbankan via wireless terbaru. Meskipun sudah didahului dengan adanya ATM/EDC, bank membuat terobosan pelayanan teknologi yang lebih baru yakni *digital banking* dengan keunggulan transaksi lebih singkat dan efisien (Shaikh, A., 2014) dalam (Hastuti, et al, 2018). *Digital banking* menjadi produk unggul hasil dari pengembangan layanan yang telah tersedia sebelumnya.

Penelitian Lin & Hsiu (2011) menyebutkan bahwa *digital banking* dapat diperlukan sebagai inovasi produk berbasis teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi layanan perbankan tanpa terkendala waktu dan tempat. Penelitian ini juga meneliti mengenai atribut yang mempengaruhi seseorang untuk memutuskan mengadopsi layanan tersebut. Penelitian Rahayu (2015) menyebutkan bahwa fasilitas

*digital banking* dapat mewujudkan keinginan nasabah yang mendapatkan layanan sesuai, aman, nyaman, dan tersedia setiap saat. Layanan juga dapat diakses dari mana saja hanya dengan *handphone*. *Digital banking* berpotensi untuk diadopsi nasabah-nasabah perbankan sebagai inovasi pelayanan unggul.

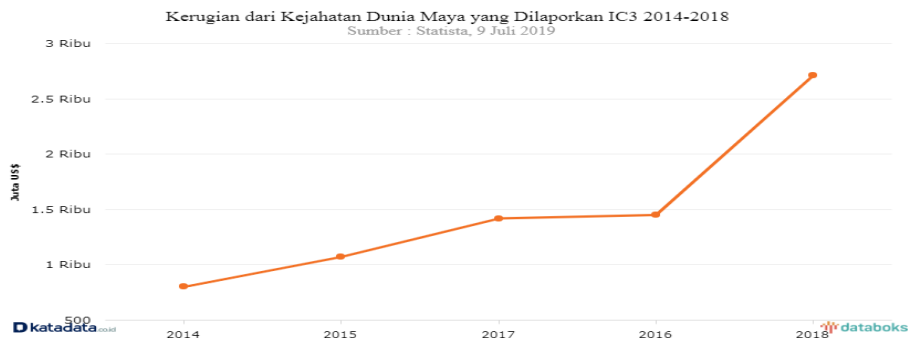
Penelitian Noviarni (2014) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memutuskan adopsi layanan *internet banking* yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dalam menggunakan, kesadaran konsumen, persepsi risiko, dan pengaruh sosial. Pada penelitian tersebut semua faktor yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan. Pengguna akan mengadopsi jika mereka menerima kemudahan dalam menggunakan *internet banking*. Selain itu ketika nasabah merasakan manfaat dari layanan tersebut mereka akan memutuskan untuk menggunakannya kembali. Kesadaran konsumen dari pengalaman dan informasi yang didapat mempengaruhi nasabah untuk mengadopsi layanan yang diberikan. Faktor persepsi risiko dan pengaruh lingkungan sosial juga menentukan keputusan adopsi.

Penelitian Masrek et, al (2014) menyelidiki hubungan kepercayaan teknologi dan kepuasan penggunaan *mobile banking*. Temuan telah menunjukkan bahwa semua tiga *trust* teknologi yakni kepercayaan situs, kepercayaan jaringan, dan kepercayaan *mobile* memiliki hubungan positif dengan kepuasan penggunaan *mobile banking*. temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi kepuasan penggunaan *mobile banking*.



Ketika pelanggan puas dalam pelayanan maka ia akan memutuskan mengadopsi layanan. Penelitian ini merujuk pada penelitian Zhou (2012) mengenai faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi *mobile banking*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi seseorang mengadopsi *mobile banking*. Kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dan menentukan keputusan untuk mengadopsi layanan *mobile banking*.

Kejahatan baru di dunia digital sering kita kenal dengan *hacker* atau *cyber crime* mulai bermunculan. Berdasarkan data yang dipaparkan oleh Statista (2019) dalam Jayani (2019) jumlah kerugian yang disebabkan oleh *hacker*, *cyber crime* maupun kejahatan dunia maya lainnya pada tahun 2018 mengalami peningkatan cukup tinggi. Data ini berdasarkan laporan yang diterima *Internet Crime Complaint Center* (IC3) mencapai US\$ 2,71 miliar. Dalam lima tahun terakhir angka tersebut termasuk yang paling tinggi jika dibanding tahun 2017. Nilai kerugian yang disebabkan kejahatan dunia maya melonjak hingga 91% di tahun 2018. Padahal tahun 2017 angka kerugian mengalami penurunan 2% dibanding tahun 2016. Adapun pada tahun 2015 dan 2016 kerugian yang disebabkan *cyber crime* membengkak masing-masing 33,75% dan 35,48%.



**Gambar 1. 1 Grafik Kerugian Dunia Maya 2014-2018**  
 Sumber : Statista, 9 Juli 2019 <sup>4</sup>

Menurut *Organization of European Community Development (OECD)* kejahatan dunia maya atau *cyber crime* adalah semua tindakan mengakses suatu transmisi data secara ilegal. Artinya, semua kegiatan bersifat ilegal atau tak berizin dalam suatu sistem komputer termasuk tindak kriminal (Karnasudiraja, 1993). Mereka memanfaatkan kemudahan teknologi untuk mengambil keuntungan dan merugikan pihak lain. Luasnya akses digital memudahkan aksi mereka dalam menjarah berbagai akses data perusahaan maupun perorangan. Aksi ini sepertinya cukup menyulitkan pihak berwenang dalam mengungkap kejahatan tersebut karena pelaku mudah mengelabui dengan berbagai cara. Mereka mudah menyamar maupun menggunakan akun dan data palsu milik orang lain.

Tahun 2018 kemarin, salah satu bank tanah air yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI) mengalami *skimming*. Bambang Tribaroto sebagai *corporate secretary* BRI menjelaskan kejadian ini bukan pertama kali di Indonesia. *Skimming* dilakukan dengan cara data disalin dari *magnetic stripe*, kemudian

<sup>4</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/13/berapa-kerugian-yang-ditimbulkan-kejahatan-dunia-maya> diakses pada tanggal 26 Oktober 2019 pukul 11.00 WIB

pelaku melakukan sinkronisasi dengan komputer untuk mendapatkan PIN nasabah.<sup>5</sup>

Kasus ini tentu berdampak pada menurunnya kepercayaan nasabah terhadap jasa keuangan perbankan. Meskipun pihak bank telah berupaya memitigasi dengan tanggap. Bambang Tribaroto menyebutkan bahwa BRI tengah melakukan penggantian kartu ATM nasabah yang terindikasi *skimming*. Namun kasus ini sepertinya tetap berdampak pada kekhawatiran masyarakat akan dana yang mereka simpan di bank. Hal ini tentu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan layanan *digital banking*. Mengingat angka kejahatan berbasis digital semakin meningkat (Laucereno, 2018). Karanganyar menjadi salah satu kota yang terdampak kasus *skimming* BRI pada tahun 2018.

*Digital banking syariah* merupakan inovasi produk dari bank syariah. Mengenai hadirnya bank syariah sendiri telah tertuang pada Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank syariah di Indonesia. Regulasi tersebut mempersilahkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah. Adapun dalam konteks inovasi *digital banking*, adopsi adalah proses seorang nasabah dalam memutuskan

---

<sup>5</sup> [https://finance.detik.com/moneter/d-3865131/bisa-kuras-uang-di-rekening-bank-apa-itu-skimming?\\_ga=2.9030512.470138670.1575121541-2068863767.1574701265](https://finance.detik.com/moneter/d-3865131/bisa-kuras-uang-di-rekening-bank-apa-itu-skimming?_ga=2.9030512.470138670.1575121541-2068863767.1574701265) diakses pada 30 November 2019. Pukul 20.58

menggunakan atau memanfaatkan layanan *digital banking* secara penuh, terarah, dan berkelanjutan.

Tahun 2021 mendatang Bank Daerah Karanganyar akan berubah menjadi bank syariah. Bank Daerah Karanganyar merupakan bank yang sepenuhnya milik pemerintah kabupaten Karanganyar.<sup>6</sup> Saat ini hanya ada 4 bank syariah yang berkantor di wilayah Karanganyar yakni; BSM, Muamalat, Bank Jateng Syariah, dan Bank Mega Syariah. Iman Himawan Ridwan (2019) sebagai *Region Head* Bank Syariah Mandiri menjelaskan dalam acara *Islamic Banking Vaganza* yang diadakan OJK bahwa PT Bank Syariah Mandiri meluncurkan produk layanan *digital banking*. Layanan *digital banking* tersebut memiliki lebih dari 72 fitur guna memudahkan nasabah dalam bertransaksi berbagai transaksi, dan beribadah. Adapun layanan yang tersedia antara lain tarik tunai tanpa kartu ATM, registrasi *Mandiri Syariah Mobile* di ATM, berbagai *top up fintech*, paket data telepon, transaksi pada beberapa *market place*, informasi rekening dana ZISWAF, pembiayaan dan lain-lain. Ditambah fitur khas bank syariah seperti waktu salat, lokasi masjid terdekat, arah kiblat, juz amma hingga asmaul husna.<sup>7</sup> Dapat disimpulkan bahwa di Karanganyar banyak bank syariah yang mulai hadir dan menawarkan pelayanan *digital banking*.

Penelitian Noviarni (2014) menyebutkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

---

<sup>6</sup> <https://suamerdekasolo.com/2019/10/21/2021-bank-daerah-karanganyar-resmi-menjadi-bank-syariah/> diakses pada tanggal 25 Agustus 2020, pukul 16:53

<sup>7</sup> <https://www.solotruster.com/read/23581/Transformasi-Digital-Bank-Syariah-Mandiri-Luncurkan-MSM-Keyboard> diakses pada tanggal 25 Agustus 2020, pukul 17:37

Adapun persepsi risiko ini dilihat dari beberapa indikator seperti risiko finansial, risiko kinerja, risiko fisik, risiko sosial, dan juga risiko psikologikal. Persepsi risiko erat kaitannya dengan kepercayaan akan keamanan berbagai aspek dalam *mobile banking*. Tiga faktor inti dalam keamanan produk ditinjau dari aspek kerahasiaan (*security*), integritas (*integrity*), dan ketersediaan (*availability*). Hasil ini didukung oleh penelitian Ikbar Wibiadila (2016), Arumi & Yanto (2019) dengan hasil persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile banking*. Artinya risiko mempengaruhi nasabah dalam memutuskan adopsi *mobile banking* sebagai salah satu layanan digital banking.

Hasil penelitian Ayo et, al (2010) dalam Saputro (2013) bertolak belakang dengan penelitian Noviarni (2014) pada persepsi risiko dari nasabah berpengaruh tidak signifikan terhadap niat nasabah untuk menggunakan *e-banking*, sedangkan faktor lain berpengaruh signifikan salah satunya pada variabel *trust* dimana variabel ini juga akan digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian Ayo et, al (2010) dalam Saputro (2013) didukung oleh penelitian setelahnya yaitu penelitian Afghani & Yulianti (2017) dengan hasil yang sama yaitu persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap adopsi *internet banking* sebagai salah satu layanan *digital banking*. Hasil tersebut juga dipengaruhi oleh beberapa penelitian antara lain; penelitian Safitri (2016) dan Kartikawati (2017)

Walaupun telah marak tindak kejahatan di dunia digital tak lantas menurunkan tingkat aktivitas berbasis digital dalam hal ini kegiatan seputar

dunia perbankan. Berdasarkan hasil kajian *Jenius Financial Study Indonesia Digital Savvy Behaviour* dengan Nielsen. Menunjukkan jumlah nasabah penabung tahun 2014 bertumbuh dari 23% menjadi 36% pada 2018. Pengguna *digital banking* juga bertumbuh 28% pada tahun 2014 menjadi 30% tahun 2018.<sup>8</sup> Meskipun pertumbuhan yang dipaparkan masih tergolong kecil namun berpotensi mendukung pengembangan *digital banking*. Jika inovasi perbankan lamban dalam memanfaatkan era revolusi industri 4.0, maka besar kemungkinan industri perbankan akan tersingkirkan oleh jasa keuangan berbasis teknologi atau *fintech*.

Layanan *digital banking* menawarkan efektivitas dan efisiensi bagi nasabah. Menurut penelitian Jumaini (2012) kemajuan perkembangan teknologi informasi sangat mendukung kecepatan dan kemudahan operasional perbankan dalam melayani nasabah pengguna *internet banking*. Selama kurun waktu 6 bulan (Juni-Desember 2010) mengalami peningkatan 56,9%. Bank Syariah Mandiri (BSM) berupaya mengembangkan teknologi dan kebutuhan nasabahnya. Berbagai layanan bank akan lebih mudah dinikmati nasabah.

Kesadaran akan manfaat, keamanan, dan keunggulan lain bisa mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengadopsi *digital banking*. Menurut penelitian Afghani & Yulianti (2017) kepercayaan dan kesadaran konsumen mempengaruhi adopsi *internet banking* secara signifikan. Hal ini berarti kepercayaan dan kesadaran nasabah menentukan seseorang untuk mengadopsi. Sedangkan pada variabel keamanan dan risiko pengaruhnya

---

<sup>8</sup> <https://www.bareksa.com/id/text/2019/02/26/pengguna-internet-dan-digital-banking-melonjak-karena-faktor-ini/21705/news> diakses pada 02 Desember 2019, pukul 23.37

tidak signifikan terhadap adopsi *internet banking*. Dalam arti keamanan dan risiko tidak mempengaruhi seseorang untuk mengadopsi *internet banking*. Hasil ini sama dengan penelitian Ayo et al (2010) dalam Saputro (2013) pada variabel risiko. Dan bertolak belakang dengan hasil penelitian Noviarni (2014) yang menghasilkan pengaruh yang signifikan pada variabel risiko.

Menurut penelitian Afghani & Yulianti (2017) kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *e-banking*. artinya kepercayaan mempengaruhi nasabah dalam memutuskan adopsi *internet banking* sebagai salah satu layanan *digital banking*. Hasil ini didukung oleh beberapa penelitian yaitu penelitian Zhou (2012), Masrek et al. (2014), Arifin (2016), Safitri (2016), dan Ledesman (2019) dimana hasilnya menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi digital banking.

Penelitian Afghani & Yulianti (2017) menunjukkan bahwa kesadaran konsumen berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-banking*. Artinya kesadaran konsumen yang meliputi manfaat dan informasi lainnya mengenai *e-banking* mempengaruhi nasabah dalam memutuskan adopsi *e-banking*. hasil ini didukung oleh penelitian Noviarni (2014) dimana pada penelitian tersebut menunjukkan kesadaran konsumen berpengaruh signifikan terhadap adopsi *internet banking*.

Merujuk dari hasil penelitian terdahulu di atas maka penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh kesadaran konsumen, kepercayaan, dan persepsi risiko terhadap adopsi *digital banking syariah*. Diantara alasan memilih variabel tersebut karena pada persepsi risiko terdapat hasil yang

berbeda pada beberapa penelitian. Selanjutnya pada variabel kepercayaan terdapat hasil yang sama namun pada variabel dependen yang berbeda yakni *digital banking*. Pada variabel *consumer awareness* terdapat hasil yang sama pada penelitian Afghani & Yulianti (2017) maupun Noviarni (2014) namun dengan variabel dependen yang berbeda dari penelitian ini. Pemilihan variabel endogen *digital banking syariah* didasarkan pada penelitian Dharmawan (2018) yang menganalisa mengenai digitalisasi perbankan. Pemilihan adopsi dengan objek *digital banking syariah* didasarkan pada latar belakang kondisi hadirnya bank syariah di Karanganyar yang menawarkan layanan digital pada salah satu bank syariah yang sudah besar di Karanganyar.

Dengan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti akan meneliti mengenai topik yang telah dibahas sebelumnya dengan judul “PENGARUH *CONSUMER AWARENESS, TRUST, DAN PERCEIVED OF RISK* TERHADAP ADOPSI *DIGITAL BANKING SYARIAH*”.

#### B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan, maka poin permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *consumer awareness* terhadap adopsi *digital banking syariah*?
2. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap adopsi *digital banking syariah*?
3. Bagaimana pengaruh *perceived of risk* terhadap adopsi *digital banking syariah*?



### C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperjelas pemahaman, gambaran, dan bukti empiris dari hipotesis atau praduga yang telah ada. Membahas isu-isu yang terjadi dengan meninjau berbagai gejala dan aspek yang ada. Dalam penelitian ini mengenai adopsi *digital banking syariah* dengan tiga aspek yang mempengaruhi yaitu *consumer awareness*, *trust*, dan *perceived of risk*. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *consumer awareness* terhadap adopsi *digital banking syariah*.
2. Mengetahui pengaruh *trust* terhadap adopsi *digital banking syariah*.
3. Mengetahui pengaruh *perceived of risk* terhadap adopsi *digital banking syariah*.

### D. MANFAAT PENELITIAN

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat besar bagi pihak terkait yang berkepentingan. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Kontribusi teori

##### a. Bagi Pembaca

Diharapkan teori-teori yang dipaparkan dalam penelitian ini dapat membantu pembaca memahami istilah atau teori yang sebelumnya belum dipahami.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan untuk kajian pustaka.

2. Kontribusi praktik

a. Untuk Penulis

Penulis berharap mendapatkan pengalaman baru yang menjadi pelajaran di masa mendatang selama proses penelitian berlangsung. Penulis bisa mengetahui realita lapangan untuk disinkronkan dengan teori-teori yang selama ini telah dipelajari.

b. Untuk Nasabah Bank Syariah Pengguna *Digital Banking Syariah* (Objek)

Penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi nasabah seputar *digital banking syariah* dan memberi gambaran inovasi baru dari bank bagi nasabah.

c. Untuk Industri Perbankan

Diharapkan hasil dari penelitian ini menjadi tolak ukur dan referensi perbankan dalam meningkatkan pelayanan dan inovasi produk. Permasalahan yang didapat dari penelitian lapangan ini bisa menjadi acuan perbankan untuk memberikan solusi. Manfaat khusus yang diharapkan bagi industri perbankan adalah:

- 1) Menjadi tolak ukur perbankan dalam meningkatkan kualitas produk.

- 2) Industri perbankan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah mengadopsi *digital banking syariah* untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama kepercayaan dari keamanan pengguna atau nasabah.

## E. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memperoleh gambaran jelas mengenai pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis akan memaparkan sistematika pembahasan atau kepenulisan yang merupakan garis besar kajian dalam penelitian ini. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang Penelitian

Latar belakang penelitian ini memuat berbagai aspek yang melatar belakangi dilaksanakannya penelitian ini, yaitu:

- a. Tentang peta permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan ini mengenai isu berupa problem di lapangan yang membutuhkan solusi maupun penjelasan secara teoritis oleh peneliti maupun pihak terkait yang terlibat di dalamnya. Dalam uraian permasalahan juga menyertakan fakta atau data lapangan yang mendukung perlunya penelitian topik tersebut. Pembahasan kali ini mengenai pengaruh *consumer awareness, trust, dan perceived of risk* terhadap adopsi *digital banking syariah*.

- b. Urgensi, menjelaskan alasan mengapa topik/judul tersebut penting untuk diteliti dan memaparkan upaya apa yang akan dilakukan peneliti dalam memecahkan masalah yang diteliti.
- c. Kontribusi penelitian dalam keilmuan yang berkaitan
- d. Rumusan Masalah adalah problem atau persoalan penelitian yang disajikan dengan bentuk kalimat tanya.
- e. Tujuan Penelitian ini memaparkan sesuatu yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian. Tujuan ini disajikan dengan bentuk kalimat pernyataan.
- f. Manfaat atau kontribusi penelitian menjelaskan manfaat yang akan diperoleh oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang akan diteliti dan dibahas. Manfaat atau kontribusi ini terdiri dari kontribusi teori dan kontribusi praktik.
- g. Sistematika Pembahasan, bagian ini berisi bagian-bagian penulisan penelitian yang terdiri dari bab I, II, III, IV, dan V serta uraian singkat dari setiap bab.

## BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab II ini terdapat 3 (tiga) pokok bahasan yang terdiri atas:

- a. Teori yang relevan dengan topik yang akan dibahas yaitu tentang *consumer awareness*, *trust* dan *perceived of risk*. Teori-teori tersebut akan dikaitkan dengan pengaruhnya terhadap adopsi *digital banking syariah*. Garis besar mengenai teori ini adalah meliputi serangkaian

konsep dan definisi yang saling berkaitan secara sistematis yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi fenomena atau fakta. Teori tersebut dibangun dari teori yang sudah mapan atau sudah pokok dan valid. Penjelasan teori akan disajikan dalam sub-bab terpisah.

- b. Pengembangan Hipotesis, yaitu upaya untuk merumuskan hipotesis atau dugaan dengan argumen yang dibangun dari teori penelitian sebelumnya yang relevan. Teori akan dijelaskan secara urut dan terstruktur untuk dapat mengarah pada hipotesis yang akan diuji. Sebelum menyajikan hipotesis, penulis akan memberi penjelasan satu (1) paragraf yang berisi ringkasan dari teori yang akan digunakan beserta argumen yang menyertainya sehingga jelas keterkaitan antar variabel yang akan diuji. Penjelasan ini merupakan pengembangan hipotesis dari penulis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Secara umum bab ini menjelaskan rencana dan cara atau metode penelitian yang akan dilakukan penulis untuk menjawab hipotesis penelitian. Hal-hal yang akan disampaikan dalam bab ini yaitu sebagai berikut:

- a. Penjelasan tentang jenis penelitian berdasarkan tujuan penelitiannya.  
Misalnya: deskriptif, eksploratif atau eksplanatori.
- b. Data dan teknik perolehannya.
- c. Variabel penelitian.

- d. Metode pengujian hipotesis.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat penjelasan obyek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam hasil temuan dan menjelaskan implikasinya. Pada hasil penelitian akan dipaparkan proses analisis sesuai dengan alat analisis yang sudah dikemukakan pada bab III, serta hasil pengujian hipotesisnya. Hasil penelitian akan disajikan ke dalam bentuk teks, tabel, gambar maupun grafik.

#### BAB V PENUTUP

- a. Kesimpulan, bagian ini berisi kesimpulan atas pengujian hipotesis dan diskusi singkat atas hasil penelitian yang diperoleh penulis.
- b. Keterbatasan bagian ini menguraikan keterbatasan penelitian baik dari segi teori maupun survei lapangan. Hal ini termasuk kendala yang dialami peneliti ketika melakukan penelitian. Penguraian ini bertujuan untuk evaluasi dan pengembangan serta perbaikan pada penelitian selanjutnya.
- c. Saran, bagian ini mengungkapkan saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya sebagai solusi keterbatasan penelitian ini.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Setelah melakukan kajian pustaka yang bersumber dari buku maupun penelitian terdahulu serta melakukan analisis data. Maka hasil penelitian mengenai pengaruh *consumer awareness*, *trust*, dan *perceived of risk* terhadap adopsi *digital banking syariah* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis korelasi yang pertama menunjukkan bahwa *consumer awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *digital banking syariah*. Dengan ini maka H1 pada penelitian ini **diterima**.
2. Hasil uji hipotesis korelasi yang kedua menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi *digital banking syariah*. Dengan ini maka H2 penelitian ini **diterima**.
3. Hasil uji hipotesis pada korelasi yang terakhir menyatakan bahwa *perceived of risk* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap adopsi *digital banking syariah*. Hasil tersebut menunjukkan H3 penelitian ini **ditolak**.

#### B. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian tentu memiliki keterbatasan tidak terkecuali penelitian ini. Walaupun sudah dirancang sedemikian baik dan optimalnya

namun tetap memiliki keterbatasan maupun kendala. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan konstruk *consumer awareness*, *trust* dan *perceived of risk* sebagai variabel eksogen dan adopsi *digital banking syariah* sebagai variabel endogen. Dengan penggunaan konstruk tersebut peneliti mendapatkan kendala mengenai teori-teori yang berhubungan dengan konstruk tersebut terkhusus dalam teori perspektif Islam. Keterbatasan referensi dan pemahaman mengenai teori konstruk tersebut dalam perpektif Islam membuat beberapa konstruk tidak dipaparkan teori maupun pernyataan dalam perspektif Islam.
2. Penelitian ini menggunakan istilah yang mungkin tidak dipahami beberapa responden. Walaupun sudah diberikan keterangan atau deskripsi untuk menjelaskan. Dengan keadaan responden yang mungkin memiliki waktu terbatas sehingga tidak membaca deskripsi membuat peneliti harus menjelaskan lebih mendetail terkait istilah yang ada.
3. Butir pernyataan yang digunakan penelitian ini dirasa terlalu banyak oleh beberapa responden. Sehingga ketepatan dan kejujuran dalam memberikan jawaban sulit ditelusuri dan diprediksi. Karena responden cenderung membaca dengan singkat tanpa memahami maksud pernyataan yang ada.



4. Penelitian di masa pandemi covid-19 ternyata amat mempengaruhi kelancaran dalam mendapatkan responden penelitian. Tingkat kewaspadaan masyarakat terhadap orang baru semakin tinggi. Bahkan banyak yang membatasi interaksi antar sesama. Sehingga peneliti tidak hanya menggunakan kuesioner secara *offline* namun juga mengupayakan dengan via *online*.

### C. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan di atas. Peneliti menyarankan beberapa hal untuk penelitian yang akan datang sebagai berikut:

1. Perbanyak literasi ekonomi dan bisnis Islam jika ingin meneliti konstruk mengenai ekonomi Islam tak terkecuali dalam hal *marketing*. Hal ini menjadi poin penting dalam penelitian berbasis Islam.
2. Penggunaan konstruk dalam penelitian ini dirasa perlu pertimbangan dalam penggunaan istilah yang mudah dipahami responden. Pemilihan batasan usia pada responden dirasa perlu dilakukan karena usia sangat menentukan tanggapan kuesioner.
3. Butir pernyataan dalam kuesioner lebih baik jika disusun secara singkat dengan jumlah yang lebih sedikit. Banyaknya pernyataan dan pertanyaan dalam kuesioner menurut responden mempengaruhi minat responden mengisi pernyataan selanjutnya.

4. Penggunaan kuesioner via *online* sangat membantu dalam mendapatkan responden. Media ini dirasa efektif dan efisien dalam penyelesaian penelitian. Tak hanya itu penggunaan media *online* menjadi solusi penelitian saat situasi tidak memungkinkan untuk interaksi dengan sesama seperti saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. A. (2011). Islamic Consumer Behavior (ICB): Its Why and What. *International Journal of Business and Social Science*, 2, No. 21(Special issue).
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 6(1), 113. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898>
- Al-Fian, J. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 4.
- Arifin, H. D. (2016). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun. *Al-Amwal*, 8(2).
- Arumi, A., & Yanto, H. (2019). Antecedent Penggunaan Layanan Electronic Banking di Kalangan Mahasiswa ( Sebuah Kajian Technology Acceptance Model ). *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 130–147.
- Aziroh, M. S. N. (2013). Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus. *Equilibrium*, 1.
- Dharmawan, S. A. (2018). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self-Service Technology (SST) Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas (Studi Kasus di PT. Bank Bukopin, Tbk). *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 572–578. Jember.
- Etta Mamang Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.; Nikoemus, Ed.). Yogyakarta: ANDI.

- F.M Zahedi, J. S. (2008). Dynamic of Trust Revision: Using Health Infomediaries. *Journal of Management Information System*, 24.
- Faqih, M. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi e-Banking di Bank BRI Surabaya*. STIE Perbanas Surabaya.
- Ghazali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghazali, I. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanif. (2017). Analisis Minat Pengguna Mobile Banking Dengan Pendekatan TAM yang Telah Dimodifikasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akutansi*, 4(1).
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: MedPress.
- Hastuti, R., Wardhana, A., Telkom, U., & Kepuasan, T. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Terhadap Kepuasan Nasabah the Influence of the Quality of Mobile Banking Bank Syariah. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2642–2650.
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19. <https://doi.org/10.1023/A:1023202519395>
- Ibnu Hadjar. (1996). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan* (Pertama). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (1996). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell, P. W. M. (1995). *Consumer Behavior* (2nd ed.; Budijanto, Ed.). Jakarta: Binarupa aksara.
- Jasfar, F. (2012). *Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.
- Jayani, D. H. (2019). Berapa Kerugian yang Ditimbulkan Kejahatan Dunia Maya?

- Jogiyanto. (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (5th ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- John M. Antil. (1988). New Product or Service Adoption: When Does It Happen? *Journal of Consumer Marketing*, 5, 5–15.
- Juliandi, A. (2018). *Membangun Model PLS di SmartPLS*.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.2538001>
- Jumaini. (2012). *Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Karnasudiraja, E. D. (1993). *Yurisprudensi Kejahatan Komputer*. Jakarta: Tanjung Agung.
- Kartikawati, M. A. (2017). Pengaruh Resepsi Risiko, Kemudahan, Keuntungan Relatif dan Kesesuaian Terhadap Adopsi Mobile Banking. *STIE Perbanas Surabaya*. Retrieved from  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.asw.2013.04.001>  
[http://journals.cambridge.org/abstract\\_S0140525X00005756](http://journals.cambridge.org/abstract_S0140525X00005756)  
<http://www.br-ie.org/pub/index.php/rbie/article/view/1293>  
<http://www-psych.nmsu.edu/~pfoltz/reprints/Edmedia99.html>  
<http://urd>
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, P. K. dan K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kerlinger, F. N. (2000). *Asas-asas Penelitian Humanioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ledesman, M. (2019). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)* (No. 1451020234). Retrieved from  
<http://repository.radenintan.ac.id/5269/1/SKRIPSI.pdf>
- Lin, H. F. (2011). An Empirical Investigation of Mobile Banking Adoption: The Effect of Innovation Attributes and Knowledge-based Trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252–260.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Mamduh M. Hanafi. (2014). *Materi Pokok Manajemen Risiko* (1st ed.). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Masrek, M. N., Mohamed, I. S., Daud, N. M., & Omar, N. (2014). Technology Trust and Mobile Banking Satisfaction: A Case of Malaysian Consumers.

*Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 53–58.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.647>

- Masri Singarimbun, S. E. (1958). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Masyhudi Ali. (2006). *Manajemen Risiko*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Noviarni, E. (2014). Analisis Adopsi Layanan Internet Banking oleh Nasabah Perbankan di Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 1, 27–40.
- Nugroho J. Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen (Revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Departemen Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi, UGM*, 226–233.
- Nurastuti, W. (2011). *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- OJK. *Digital Banking Technology Adoption and Bank Efficiency: The Indonesian Case.*, (2018).
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model ( TAM ). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, V(2).
- Riduwan. (2013). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian (Ketiga; Husdarta, Ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Safitri, W. A. (2016). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Kegunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap dalam Menggunakan Mobile Banking*.
- Saputro, E. P. (2013). Pemetaan Persepsi Risiko Dalam Kasus Adopsi E-Banking Dan Call for Papers Sancall 2013. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 376–384.
- Sauri, S. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Anggota di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business* (4th ed.; R. Widyaningrum, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sok Foon, Y., & Chan Yin Fah, B. (2011). Internet Banking Adoption in Kuala Lumpur: An Application of UTAUT Model. *International Journal of Business and Management*, 6(4). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n4p161>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis* (1st ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sylke Febrina Laucereno. (2018). Bisa Kurus Uang di Rekening Bank, Apa Itu Skimming? *DetikFinance*. Retrieved from [https://finance.detik.com/moneter/d-3865131/bisa-kurus-uang-di-rekening-bank-apa-itua-skimming?\\_ga=2.9030512.470138670.1575121541-2068863767.1574701265](https://finance.detik.com/moneter/d-3865131/bisa-kurus-uang-di-rekening-bank-apa-itua-skimming?_ga=2.9030512.470138670.1575121541-2068863767.1574701265)
- Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd ed.). Bogor: Penerbit Ghalia.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Wibiadila, I. (2016). Pengaruh kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking (Vol. 2).
- Willy Abdillah & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini, Ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Yusuf Al-Qaradhawi. (1998). *Peranan Nilai dan Akhlak dalam Ekonomi Islam, (Terjemahan)*. Kuala Lumpur: Angkatan Belia Islam Malaysia.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zhou, T. (2012). Understanding Users' Initial Trust in Mobile Banking: An Elaboration Likelihood Perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1518–1525. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.021>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

#### KUESIONER PENELITIAN UNTUK NASABAH BANK SYARIAH PENGGUNA *DIGITAL BANKING SYARIAH*

Assalamualaikum Wr,Wb

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Consumer Awareness, Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Adopsi *Digital Banking Syariah*”, di Jurusan Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka saya:

Nama : Siti Ambar Wati

NIM : 16820120

Memohon kesediaan bapak/ibu/sdr/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran konsumen, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan nasabah mengadopsi *digital banking syariah*.

Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang terdapat pada awal bagian dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan sesuai pendapat bapak/ibu/sdr/i. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Siti Ambar Wati

(Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga)

Berikut merupakan penjelasan singkat mengenai istilah yang ada dalam kuesioner penelitian saya, harapannya memudahkan responden dalam mengisi kuesioner penelitian

Adopsi *digital banking syariah*:

1. “Adopsi *digital banking syariah*” merupakan bentuk respon nasabah terhadap layanan produk yang disediakan dimana nasabah memutuskan untuk terus menggunakan layanan tersebut.
2. “*Consumer awareness*” atau kesadaran konsumen adalah perilaku konsumen dalam menyadari adanya inovasi layanan *digital banking syariah*
3. “*Trust*” atau kepercayaan adalah pengetahuan konsumen mengenai produk *digital banking syariah*, atributnya, dan manfaatnya.
4. “*Perceived of Risk*” atau persepsi risiko adalah suatu persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan dalam menggunakan layanan *digital banking syariah*.

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Lengkap:
2. Alamat E-mail:
3. Nama Bank yang Digunakan:
4. Jenis *Digital Banking*:
  - a. *SMS Banking*
  - b. *Internet Banking*
  - c. *Mobile Banking*
  - d. *ATM*
5. Jenis Kelamin:
  - a. Perempuan
  - b. Laki-laki
6. Usia:
  - a. 15-20



- b. 21-25
  - c. 26-30
  - d. >30
7. Pendidikan Terakhir:
- a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Diploma (D1, D2, D3)
  - e. Sarjana (S1, S2, S3)
  - f. Lainnya...
8. Pekerjaan:
- a. PNS/Aparatur Negara
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Buruh
  - e. Mahasiswa/Pelajar
  - f. Lainnya...
9. Pendapatan/bulan:
- a. <1.000.000
  - b. 1.000.000-3.000.000
  - c. 3.000.000-5.000.000

**B. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.
2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/i.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda (  $\checkmark$  ) untuk jawaban yang anda pilih.

STS : Sangat tidak setuju  
TS : Tidak setuju  
S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Pernyataan <i>Consumer Awareness</i>					
No	Pertanyaan	Tanggapan Responden			
		STS	TS	S	SS
1	Saya mengenal dan mengingat <i>digital banking syariah</i>				
2	Saya mengerti tentang layanan <i>digital banking syariah</i>				
3	Saya suka menggunakan <i>digital banking syariah</i>				
4	Saya memilih layanan <i>digital banking syariah</i> dibanding layanan lain				
5	Bank meningkatkan kesadaran tentang keamanan data nasabah				
6	Bank selalu mendorong saya untuk mentransfer dana melalui online				
7	Apilkasi <i>digital banking syariah</i> menyimpan semua perjanjian dan komitmen transaksi				
Pernyataan <i>Trust</i>					
8	Saya merasa <i>digital banking syariah</i> telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal				
9	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui <i>digital banking syariah</i>				
10	Transaksi yang dilakukan melalui <i>digital banking syariah</i> aman dan dapat dipercaya karena dijamin kerahasiaannya				
11	Saya tidak merasa takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>digital banking syariah</i> karena keakuratan proses dan data terjamin				
12	Bank Konsisten memberikan pelayanan berkualitas				
13	Bank memberikan kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama				

14	Bank sangat peduli akan keamanan bertransaksi				
Pernyataan <i>Perceived of Risk</i>					
15	Risiko penipuan untuk transaksi <i>online</i> rendah				
16	Adanya bukti pada setiap transaksi <i>digital banking syariah</i> yang lengkap dengan waktu transaksi				
17	Bank memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah				
18	Bank sangat menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui <i>digital banking syariah</i> terutama yang berhubungan dengan data pribadi nasabah				
19	Saya merasa bebas mengirimkan informasi pribadi secara online				
20	Keamanan PIN terjamin				
21	Bank dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi <i>digital banking syariah</i>				
Pernyataan Adopsi <i>digital banking syariah</i>					
22	Saya akan menggunakan <i>digital banking syariah</i> untuk menangani transaksi keuangan saya				
23	Penggunaan <i>digital banking syariah</i> sesuai dengan kebutuhan saya				
24	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>digital banking syariah</i> di masa yang akan datang				
25	Saya memilih terus menggunakan <i>digital banking syariah</i> karena mempermudah transaksi				
26	Saya memilih terus menggunakan <i>digital banking syariah</i> karena puas dengan pelayanannya				
27	Saya mendukung penggunaan layanan <i>digital banking syariah</i>				
28	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan <i>digital banking syariah</i>				

LAMPIRAN 2

DATA JAWABAN RESPONDEN

1 C	2 C	3 C	4 C	5 C	6 C	7 C	8 T	9 T	10 T	11 T	12 T	13 T	14 T	15 PR	16 PR	17 PR	18 PR	19 PR	20 PR	21 PR	22 A	23 A	24 A	25 A	26 A	27 A	28 A
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
1	3	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	1	4	3	3	2	4	2	3	4	4	4	1	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	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	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	1	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	3	2	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### LAMPIRAN 3

#### HASIL OUTPUT MICROSOFT EXCEL DAN SPSS VERSI 22.00

a. Jumlah data yang terkumpul

	Bank Syariah	Jenis Digital Banking Syariah	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
N Valid	87	87	87	87	87	87	87
Missing	0	0	0	0	0	0	0

b. Jumlah responden berdasarkan bank syariah yang digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BNI Syariah	17	19,5	19,5	19,5
BRI Syariah	11	12,6	12,6	32,2
BSM	42	48,3	48,3	80,5
Mega Syariah	1	1,1	1,1	81,6
Muamalat	16	18,4	18,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

c. Jumlah responden berdasarkan jenis digital banking syariah yang digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ATM Bank Syariah	9	10,3	10,3	10,3
Internet Banking Syariah	11	12,6	12,6	23,0
Mobile Banking Syariah	62	71,3	71,3	94,3
SMS Banking Syariah	5	5,7	5,7	100,0
Total	87	100,0	100,0	

d. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	29	33,3	33,3	33,3
Perempuan	58	66,7	66,7	100,0
Total	87	100,0	100,0	

e. Jumlah responden berdasarkan usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >30	16	18,4	18,4	18,4
15-20	7	8,0	8,0	26,4
21-25	55	63,2	63,2	89,7
26-30	9	10,3	10,3	100,0
Total	87	100,0	100,0	

f. Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma (D1, D2, D3)	5	5.7	5.7	5.7
Sarjana (S1, S2, S3)	49	56.3	56.3	62.1
SMA/setara	31	35.6	35.6	97.7
SMP	2	2.3	2.3	100.0
Total	87	100.0	100.0	

g. Jumlah responden berdasarkan pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Buruh	5	5.7	5.7	5.7
Lainnya...	16	18.4	18.4	24.1
Mahasiswa/Pelajar	28	32.2	32.2	56.3

Pegawai Swasta	27	31.0	31.0	87.4
PNS/Aparatur Negara	4	4.6	4.6	92.0
Wiraswasta	7	8.0	8.0	100.0
Total	87	100.0	100.0	

h. Jumlah responden berdasarkan pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1.000.000	32	36.8	36.8	36.8
	>5.000.000	9	10.3	10.3	47.1
	1.000.000-3.000.000	32	36.8	36.8	83.9
	3.000.000-5.000.000	14	16.1	16.1	100.0
	Total	87	100.0	100.0	

  
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA



**LAMPIRAN 4**

**OUTPUT HASIL SMARTPLS 3.0**

*Outer Loading (Loading Factor)*

	<b>X1 (CA)</b>	<b>X2 (T)</b>	<b>X3 (PR)</b>	<b>Y (ADBS)</b>
<b>2(CA)</b>	<b>0,737</b>			
<b>3(CA)</b>	<b>0,750</b>			
<b>5(CA)</b>	<b>0,752</b>			
<b>7(CA)</b>	<b>0,826</b>			
<b>9(T)</b>		<b>0,820</b>		
<b>10(T)</b>		<b>0,858</b>		
<b>11(T)</b>		<b>0,861</b>		
<b>12(T)</b>		<b>0,754</b>		
<b>14(T)</b>		<b>0,855</b>		
<b>16(PR)</b>			<b>0,848</b>	
<b>17(PR)</b>			<b>0,893</b>	
<b>18(PR)</b>			<b>0,875</b>	
<b>20(PR)</b>			<b>0,791</b>	
<b>22(ADBS)</b>				<b>0,896</b>
<b>23(ADBS)</b>				<b>0,875</b>
<b>24(ADBS)</b>				<b>0,867</b>
<b>25(ADBS)</b>				<b>0,860</b>
<b>26(ADBS)</b>				<b>0,843</b>
<b>27(ADBS)</b>				<b>0,888</b>
<b>28(ADBS)</b>				<b>0,868</b>

*Average Variance Extracted (AVE)*

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>X1 (CA)</b>	0,766	0,772	0,851	<b>0,588</b>
<b>X2 (T)</b>	0,887	0,890	0,917	<b>0,690</b>
<b>X3 (PR)</b>	0,874	0,876	0,914	<b>0,727</b>
<b>Y (ADBS)</b>	0,947	0,949	0,957	<b>0,759</b>

*Fornell Larcker Criterion or HTMT*

	<b>X1 (CA)</b>	<b>X2 (T)</b>	<b>X3 (PR)</b>	<b>Y (ADBS)</b>
<b>X1 (CA)</b>	<b>0,767</b>			

<b>X2 (T)</b>	0,733	<b>0,831</b>		
<b>X3 (PR)</b>	0,696	0,827	<b>0,853</b>	
<b>Y (ADBS)</b>	0,720	0,777	0,738	<b>0,871</b>

*Cross Loading*

	<b>X1 (CA)</b>	<b>X2 (T)</b>	<b>X3 (PR)</b>	<b>Y (ADBS)</b>
<b>2(CA)</b>	<b>0,737</b>	0,437	0,433	0,519
<b>3(CA)</b>	<b>0,750</b>	0,496	0,464	0,567
<b>5(CA)</b>	<b>0,752</b>	0,588	0,525	0,504
<b>7(CA)</b>	<b>0,826</b>	0,711	0,696	0,612
<b>9(T)</b>	0,609	<b>0,820</b>	0,645	0,554
<b>10(T)</b>	0,608	<b>0,858</b>	0,745	0,622
<b>11(T)</b>	0,639	<b>0,861</b>	0,693	0,677
<b>12(T)</b>	0,494	<b>0,754</b>	0,608	0,657
<b>14(T)</b>	0,685	<b>0,855</b>	0,734	0,696
<b>16(PR)</b>	0,514	0,653	<b>0,848</b>	0,670
<b>17(PR)</b>	0,578	0,779	<b>0,893</b>	0,629
<b>18(PR)</b>	0,642	0,796	<b>0,875</b>	0,618
<b>20(PR)</b>	0,648	0,592	<b>0,791</b>	0,597
<b>22(ADBS)</b>	0,673	0,709	0,668	<b>0,896</b>
<b>23(ADBS)</b>	0,647	0,684	0,681	<b>0,875</b>
<b>24(ADBS)</b>	0,583	0,607	0,606	<b>0,867</b>
<b>25(ADBS)</b>	0,644	0,635	0,578	<b>0,860</b>
<b>26(ADBS)</b>	0,649	0,683	0,622	<b>0,843</b>
<b>27(ADBS)</b>	0,638	0,763	0,707	<b>0,888</b>
<b>28(ADBS)</b>	0,549	0,641	0,628	<b>0,868</b>

*Composite Reliability*

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>X1 (CA)</b>	0,766	0,772	<b>0,851</b>	0,588
<b>X2 (T)</b>	0,887	0,890	<b>0,917</b>	0,690
<b>X3 (PR)</b>	0,874	0,876	<b>0,914</b>	0,727
<b>Y (ADBS)</b>	0,947	0,949	<b>0,957</b>	0,759

*Cronbach's Alpha*

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>X1 (CA)</b>	<b>0,766</b>	0,772	0,851	0,588
<b>X2 (T)</b>	<b>0,887</b>	0,890	0,917	0,690
<b>X3 (PR)</b>	<b>0,874</b>	0,876	0,914	0,727
<b>Y (ADBS)</b>	<b>0,947</b>	0,949	0,957	0,759

*R Square*

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Y (ADBS)</b>	<b>0,668</b>	0,656

*Path Coefficients*

	<b>X1 (CA)</b>	<b>X2 (T)</b>	<b>X3 (PR)</b>	<b>Y (ADBS)</b>
<b>X1 (CA)</b>				<b>0,282</b>
<b>X2 (T)</b>				<b>0,387</b>
<b>X3 (PR)</b>				<b>0,222</b>
<b>Y (ADBS)</b>				

*T Statistic (Bootstrapping)*

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>X1 (CA) -&gt; Y (ADBS)</b>	0,282	0,299	0,110	<b>2,571</b>	<b>0,010</b>
<b>X2 (T) -&gt; Y (ADBS)</b>	0,387	0,355	0,177	<b>2,192</b>	<b>0,029</b>
<b>X3 (PR) -&gt; Y (ADBS)</b>	0,222	0,238	0,173	<b>1,281</b>	<b>0,201</b>

*Predictive Relevance (Blindfolding)*

	<b>SSO</b>	<b>SSE</b>	<b>Q<sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)</b>
<b>X1 (CA)</b>	348,000	348,000	
<b>X2 (T)</b>	435,000	435,000	
<b>X3 (PR)</b>	348,000	348,000	
<b>Y (ADBS)</b>	609,000	309,989	<b>0,491</b>

*Model Fit*

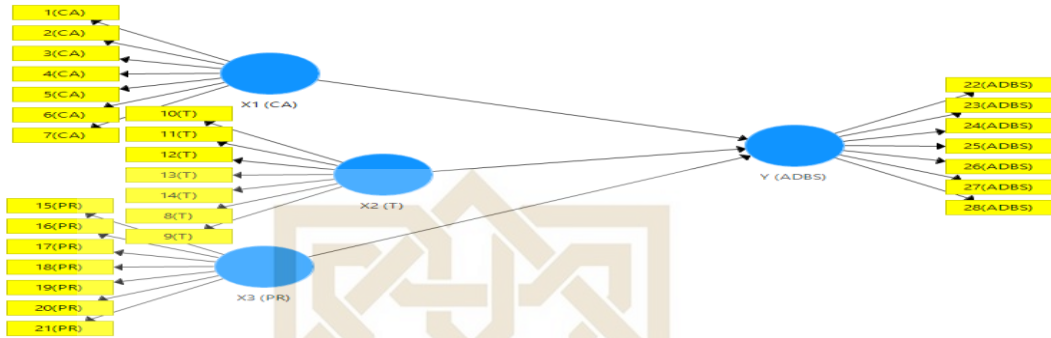
	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
<b>SRMR</b>	0,077	0,077
<b>d_ ULS</b>	1,239	1,239
<b>d_ G</b>	0,943	0,943
<b>Chi-Square</b>	426,687	426,687
<b>NFI</b>	<b>0,741</b>	<b>0,741</b>



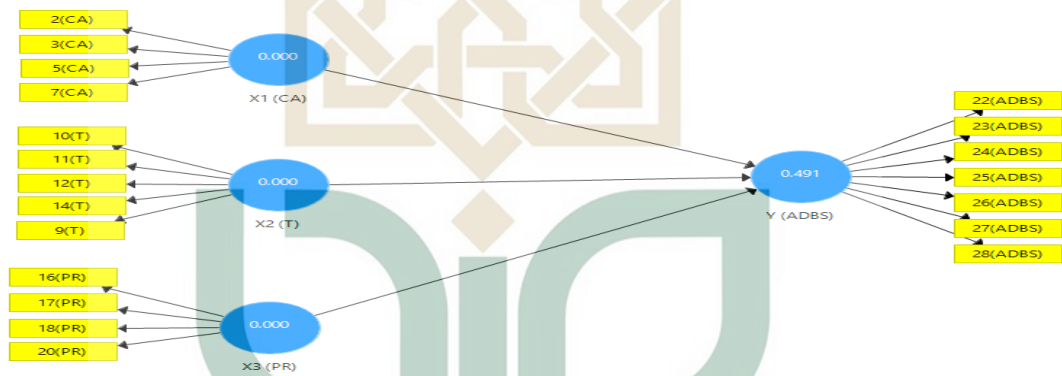
LAMPIRAN 5

GAMBAR MODEL

A. Inner Model



B. Outer Model



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## LAMPIRAN 6

### DOKUMENTASI





STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## LAMPIRAN 7

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

*(Curriculum Vitae)*



#### DATA PRIBADI

Nama : Siti Ambar Wati  
Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 02 Agustus 1997  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Tinggi/Berat Badan : 154 cm/ 48 kg  
Alamat : Geneng, RT 04/RW 03, Gedong, kec. Karanganyar,  
kab. Karanganyar, Jawa Tengah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Telepon : 085210346932 (wa)  
E-mail : jellam2502@gmail.com

#### LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2002-2003 : TK Aisyah Bustanul Athfal, Dompon, Karanganyar  
2004 - 2005 : SD Negeri 02 Ngijo  
2006 : SD Negeri 01 Gedong  
2007-2010 : SD Negeri Karangasih 03  
2011 : Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2  
2011-2016 : Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 3  
2016 : MAS. Darussalam  
2016 - Sekarang : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Jurusan S1 Perbankan  
Syariah

#### PENGALAMAN ORGANISASI

- Pasukan khusus koordinator gerakan pramuka PMDG Putri kampus 3



- Staff redaksi majalah Al-Hamra
- Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
- Moeda Institute
- Language Community
- GORDUKA
- Mahasiswa Cendikia (divisi. Pengabdian)
- Bhina Taruna (Karang Taruna Geneng)

#### PRESTASI

- Juara 1 Lomba Teknologi Tepat Guna (TTG) antar pondok cabang.
- Juara 1 Lomba Puisi se-kecamatan
- Juara 3 Lomba Essay nasional di Banten
- Peserta 8 besar Lomba Debat Ekonomi Nasional di Tulungagung
- Peserta Lomba Essay se-kabupaten Karanganyar.

Demikian surat daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya sebagai bahan referensi dan pertimbangan Bapak/Ibu. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

