

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ALAT PEMBAYARAN  
NON TUNAI DENGAN *JAKONE MOBILE* PADA NASABAH  
BANK DKI SYARIAH KC PONDOK INDAH**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E)**

**Oleh :**

**NUR SAFITRY**

**NIM: 1707025055**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**JAKARTA**

**2021 M / 1442 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Alat Pembayaran Non Tunai dengan *JakOne Mobile* pada Nasabah Bank DKI Syariah KC Pondok Indah” merupakan keaslian hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 2 September 2021

Penulis,

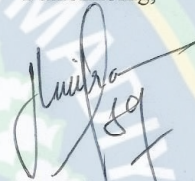


(Nur Safitry)

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Alat Pembayaran Non Tunai Dengan *JakOne Mobile* Pada Nasabah Bank DKI Syariah KC Pondok Indah”, ditulis oleh Nur Safitry, NIM : 1707025055, telah disetujui ke dalam ujian siding Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing,




(Mitra Sami Gultom, M.E.I)



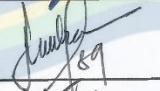
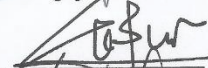

**PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI**

Skrripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Alat Pembayaran Non Tunai Dengan *JakOne Mobile* Pada Nasabah Bank DKI Syariah KC Pondok Indah” ditulis oleh Nur Safitry, NIM: 1707025055, telah diujikan pada hari Sabtu, tanggal 21 Agustus 2021 diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

  
Fitri Liza S. Ag. M.A. 24/8/2021

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza S. Ag. M.A</u> Ketua		24/08/2021
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, Lc., M.A, Ph.D</u> Sekretaris		21/9/21
<u>Mitra Sami Gultom S.E.I, M.E.I</u> Anggota/Pembimbing		11/9 - 21
<u>Dr. Gusniarti, M.A</u> Anggota/Penguji I		11/9 - 21
<u>Yanti Budiasih, S.E, M.M</u> Anggota/Penguji II		03/09/2021

## ABSTRAK

Nur Safitry, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Alat Pembayaran Non Tunai Dengan JakOne Mobile Pada Nasabah Bank DKI Syariah Pondok Indah*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *jakone mobile* pada nasabah Bank DKI Syariah KC Pondok Indah. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan pengumpulan data menggunakan kuisioner secara langsung dengan pengambilan sampel sebanyak 100 orang sebagai responden, penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian ini, dalam uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan nilai t-hitung sebesar 3,067 lebih besar dari 1,98498, dengan nilai tingkat signifikan t sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 yang berarti persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *jakone mobile*. Variabel kemudahan penggunaan nilai t-hitung sebesar 7,498 lebih besar dari 1,98498, dengan nilai tingkat signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *jakone mobile*. Variabel kepercayaan nilai t-hitung sebesar 2,679 lebih besar dari 1,98498, dengan nilai tingkat signifikan t sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05 yang berarti kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *jakone mobile*. Hasil uji f menunjukkan bahwa semua variabel independen terdiri dari persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *jakone mobile*, dengan F hitung sebesar 46,507 lebih besar dari 2,70 dengan nilai tingkat signifikan 0,000 kurang dari 0,05.

**Kata Kunci : Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Minat, JakOne Mobile**

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	14

<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
A.	Persepsi .....	16
B.	Technology Acceptance Model (TAM) .....	17
C.	Kepercayaan.....	21
D.	Minat .....	23
E.	Alat Pembayaran Non Tunai.....	24
F.	<i>Mobile Banking</i> .....	26
G.	Kerangka Berpikir.....	28
H.	Hubungan Antar Variabel .....	28
I.	Hipotesis.....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A.	Ruang Lingkup Penelitian.....	31
B.	Metode Pengumpulan Data.....	35
C.	Variabel Penelitian.....	37
D.	Pengukuran Variabel.....	38
E.	Teknik Pengolahan Data .....	40
F.	Metode Analisis Data.....	41

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI.....</b>	<b>47</b>
A.	Gambaran Umum Bank DKI Syariah .....	47
B.	JakOne <i>Mobile</i> .....	53
C.	Gambaran Umum Responden .....	54
D.	Hasil Kuisisioner .....	57
E.	Analisis Data .....	64
F.	Interpretasi Penelitian .....	77
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A.	Kesimpulan .....	82
B.	Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>85</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	9
Tabel 3.1 : Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3.2 : Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i> .....	41
Tabel 4.1 : Struktur Organisasi Bank DKI Syariah KC Pondok Indah.....	52
Tabel 4.2 : Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4.3 : Usia Responden .....	55
Tabel 4.4 : Jenis Pekerjaan Responden.....	56
Tabel 4.5 : Pengguna <i>JakOne Mobile</i> .....	57
Tabel 4.6 : Frekuensi Statistik Variabel Persepsi Kemanfaatan .....	58
Tabel 4.7 : Hasil Jawaban Responden Per Variabel Persepsi Kemanfaatan.....	59
Tabel 4.8 : Frekuensi Statistik Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	59
Tabel 4.9 : Hasil Jawaban Responden Per Variabel Persepsi Kemudahan.....	60
Tabel 4.10 : Frekuensi Statistik Variabel Kepercayaan.....	61
Tabel 4.11 : Hasil Jawaban Responden Per Variabel Kepercayaan.....	62
Tabel 4.12 : Frekuensi Statistik Variabel Minat .....	62
Tabel 4.13 : Hasil Jawaban Responden Per Variabel Minat.....	63
Tabel 4.14 : Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.15 : Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.16 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
Tabel 4.17 : Hasil Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.18 : Uji Regresi Linear Berganda .....	71
Tabel 4.19 : Hasil Uji T.....	74

Tabel 4.20 : Hasil Uji F.....76

Tabel 4.21 : Hasil Uji Koefisien Determinasi.....77



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Penetrasi Pertumbuhan 2014-2018 .....	2
Gambar 2.1 : Kerangka <i>Technology Acceptance Model</i> .....	18
Gambar 2.2 : Faktor Analisis Dari Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	19
Gambar 2.3 : Kerangka Berfikir .....	28
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Bank DKI Syariah KC Pondok Indah.....	52
Gambar 4.2 : Aplikasi <i>JakOne Mobile</i> .....	53
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas .....	68
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastis.....	69

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan teknologi berjalan semakin cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi sangat penting dan dapat mempengaruhi aktivitas sehari-hari terutama dalam berbisnis, dimana segala sesuatu sudah mulai berubah dari yang dahulunya masih dilakukan dengan cara tradisional kini perlahan-lahan mulai berubah kearah digital. Dengan perubahan teknologi yang canggih dapat mempermudah atau meringankan pekerjaan seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari. kini, semua aktivitas yang kita lakukan hampir semuanya beroperasi melalui digital. baik itu kegiatan belajar-mengajar yang dilakukan secara daring, kegiatan dirumah sakit, transportasi umum, sampai kegiatan bisnis sehari-hari yang kita lakukan saat ini berbasis digital terutama dalam perbankan. Salah satu teknologi yang dimanfaatkan perbankan adalah *e-banking*.

Berdasarkan perkembangan internet di Indonesia pada Kuartal II tahun 2020 adanya peningkatan sebesar 196,7 juta jiwa. Jika pada tahun sebelumnya, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei dengan hasil pada tanggal 2 s.d 25 Juni 2020 hanya sebesar 171,2 juta jiwa jumlah pengguna internet di Indonesia. Kata Henri : “kalau kita gabungkan dari data BPS, jumlah populasi di Indonesia versi BPS 266 juta. Sehingga user internet Indonesia diperkirakan adalah 196 juta

pengguna. Naik dari 171 juta di 2018 dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna. Di tahun lalu kita naik 21 juta dan di tahun ini kita naik 25,5 juta”. Pengguna internet tersebut mengalami peningkatan, wilayah pulau Sumatera mendominasi sebesar 22,1%. Lalu, sebesar 56,4% di Pulau Jawa, sebesar 5,2% berada di Nusa Tenggara dan Pulau Bali, sebanyak 6,3% di Kalimantan, dan sebanyak 7 % di Sulawesi serta sebanyak 3 % di Papua dan Maluku (A. M. Pratama, 2020).

**Gambar 1.1**  
**Penetrasi Pertumbuhan 2014-2018**



Sumber : Jenius Financial Study : Indonesia Digital Savvy Behaviour

Sesuai dengan data tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan internet dan pengguna *mobile banking* di Indonesia setiap tahun meningkat. Namun terdapat perbedaan antara banyaknya pengguna *Mobile banking* dengan jumlah pengguna internet yang ada. Sebuah layanan atau fasilitas perbankan yang memanfaatkan alat komunikasi seperti telepon seluler

dimana segala aktivitas transaksi perbankan bisa dilakukan disebut *mobile banking*.

Dengan kelebihan yang dimiliki Telepon Selular yaitu mampu bergerak (*mobile*) tanpa adanya batas waktu dan ruang, serta memungkinkan manusia untuk dapat berjalan dengan aktivitas yang sedang dijalankan. Melalui *mobile banking*, pelanggan dapat melakukan kegiatan transaksi dimana saja dan kapan saja seperti mengecek saldo, mentransfer uang, membeli isi ulang pulsa, membayar jenis tagihan listrik, air, telepon, kartu kredit serta membayar ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah) yang dilakukan dengan menggunakan telepon selular.

Menurut Oke *Finance* (Shandy, 2020) “Aktivitas keuangan yang dilakukan dengan *digital banking* mengalami peningkatan. Berdasarkan data per April 2020 transaksi *top-up e-wallet* naik 81% sementara transaksi transfer uang meningkat 78%. Begitu juga dengan pembayaran rutin seperti listrik dan PDAM melonjak 55%. Sedangkan pembelian pulsa atau token listrik melalui digital banking mengalami peningkatan 53%.”

*Mobile banking* digunakan nasabah karena dapat mempercepat kerja dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Walaupun *mobile banking* bermanfaat tapi masih ada hal yang harus diwaspadai oleh nasabah salah satunya yakni adanya tindak kejahatan di dunia internet baik itu pembajakan/pembobolan layanan bank yang dilakukan oleh orang yang tidak bertanggung jawab secara online. Dengan adanya hal tersebut yang menimbulkan sikap ketidakpercayaan nasabah terhadap *mobile banking*.

Masalah kepercayaan sangat penting untuk menjaga keberlangsungan kegiatan transaksi. Nasabah yang belum berpikir modern, akan membatalkan niatnya untuk memakai *mobile banking*. Nasabah memiliki anggapan bahwa dengan memakai *mobile banking* nasabah melakukan transaksi yang rumit, membutuhkan biaya serta mudah tertipu.

Dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* manfaat serta kemudahan untuk menggunakan aplikasi tersebut nyatanya tidak selalu berjalan lurus dengan minat nasabah (Laksana, 2015). Minat dalam menggunakan suatu teknologi baru dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *mobile banking*, seperti adanya persepsi-persepsi atau cara pandang nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*. Peneliti hanya memasukkan beberapa persepsi inti yang sekiranya dapat mewakili nasabah, serta mengapa nasabah kurang memiliki minat/memiliki minat dalam menerima suatu teknologi baru. Persepsi-persepsi tersebut ialah persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi kemanfaatan.

Bank DKI meluncurkan *JakOne Mobile* pada tahun 2017. *JakOne Mobile* terdiri dari *Mobile Wallet (JakOne Pay)* serta *mobile banking* yang akan memudahkan dalam melakukan transaksi perbankan, pembelian, pembayaran serta belanja dengan QR Code di merchant *JakOne Mobile*. Selain itu aplikasi ini juga dapat membuka rekening tanpa harus datang ke bank. adanya harapan *JakOne Mobile* tersebut dapat menunjang salah satu Misi Bank DKI yaitu “mewujudkan sistem transaksi non-tunai” yang memiliki arti “menyediakan infrastruktur dan sarana yang sesuai dengan

perkembangan teknologi terkini, guna memperluas dan mewujudkan ekosistem transaksi non-tunai.”

Menurut Giga Bawa Laksana dkk (2015) menyatakan bahwa “Persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Selain itu, hasil yang sama juga dilakukan oleh Maria Loki Kristianti & Rilo Pambudi yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*”.

Namun, menurut Imam Sugih Rahayu (2015) dalam penelitiannya memiliki hasil yang berbeda dimana “persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negative terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking* dengan menggunakan teori TAM yakni penerimaan suatu sistem/teknologi berhubungan dengan minat seseorang untuk mau/tidak menggunakan suatu sistem”.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Alat Pembayaran Non Tunai Dengan JakOne Mobile Pada Nasabah Bank DKI Syariah KC Pondok Indah”**



## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

1. Adanya hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat perilaku menggunakan *mobile banking*.
2. Masih kurangnya pengguna *mobile banking*.
3. Manfaat dan kemudahan tidak selalu berbanding lurus dengan minat dalam menggunakan *mobile banking*.
4. Adanya harapan bahwa *JakOne Mobile* dapat menunjang salah satu Misi Bank DKI yaitu mewujudkan sistem transaksi non-tunai

## **C. Pembatasan Masalah**

Pada penelitian ini masalah yang akan dibahas dibatasi agar identifikasi dapat terarah dan mendalam, yaitu difokuskan pada hal-hal sebagai berikut:

1. Pada variabel penggunaan alat pembayaran non tunai dibatasi hanya untuk *mobile banking*.
2. Responden dalam penelitian ini dibatasi hanya pada nasabah Bank DKI Kantor Layanan Syariah Pondok Indah.

## **D. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile* ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile* ?

3. Bagaimana pengaruh kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile* ?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile* ?

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas,tujuan penulis melakukan penelitian ini ialah:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile*.
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile*.
- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile*.
- d. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat menggunakan alat pembayaran non tunai dengan *JakOne Mobile*.

## 2. Manfaat

diharapkan penelitian ini dapat memiliki kebermanfaatan bagi semua pihak, diantaranya:

### a. Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai sumber dan referensi pengetahuan yang dapat bermanfaat bagi mahasiswa serta menambah pengetahuan di bidang Ekonomi Islam pada umumnya, dibidang Perbankan Syariah pada khususnya.

### a. Bagi Praktisi

Peneliti berharap dapat menambah pengetahuan dengan adanya penelitian ini. Serta sebagai teori dan praktik yang telah didapat pada bangku perkuliahan.

### b. Bagi Bank

Hasil peneitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif terhadap Bank terkait untuk lebih memajukan layanan *JakOne Mobile*.

### c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang layanan *JakOne Mobile* sehingga masyarakat dapat tertarik untuk menggunakan *JakOne Mobile*.

### d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi dan acuan akademis dalam penelitian selanjutnya.

## F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.1

### Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Identitas	Metode	Persamaan dan Perbedaan	Hasil Penelitian
1	<p><b>Nama : “Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara”,</b> Universitas Brawijaya 2015 “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan</p>	<p>Regresi Linier Berganda <b>Data Primer :</b> Kuisisioner <b>Variabel :</b> “Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Persepsi Resiko (X3), Persepsi Kesesuaian (X4) terhadap Minat Menggunakan</p>	<p><b>Persamaan :</b> Terdapat variabel yang sama yaitu “Persepsi Kemanfaatan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) “ <b>Perbedaan :</b> dalam penelitian ini terdapat variabel “persepsi resiko, persepsi kesesuaian” yang tidak diteliti oleh penulis.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel “persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>”.</p>

	<i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)”	<i>Mobile Banking (Y)”</i>		
2	<b>Nama : “Maria Loli Kristanti dan Rilo Pambudi”</b> , Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, “Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan	Analisis Regresi Linier Berganda <b>Data Primer :</b> Kuisisioner <b>Variabel :</b> “Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Persepsi Tingkat Keamanan (X3), Fitur Layanan (X4), Penggunaan	<b>Persamaan:</b> Terdapat persamaan variabel yaitu “Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan” serta Teori yang dipakai memakai teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM). <b>Perbedaan :</b> dalam penelitian ini memakai	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel “persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi tingkat keamanan dan fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> bagi mahasiswa-

	Mobile Banking Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta”	<i>Mobile Banking (Y)</i> ”.	variabel “persepsi tingkat keamanan dan fitur layanan” yang tidak diteliti oleh penulis serta peneliti memasukan variabel minat menggunakan alat pembayaran non tunai	mahasiswa di DKI Jakarta”.
3	<b>Nama : “Ni Wayan Asih Budi Utami dan Nyoman Trisna Herawati”</b> , Universitas Pendidikan Ganesha, 2020 “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan,	Analisis Regresi Linier Berganda <b>Data Primer :</b> Kuisisioner <b>Variabel :</b> “Persepsi Kemanfaatan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Persepsi	<b>Persamaan :</b> Terdapat persamaan variabel yaitu “persepsi kemanfaatan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2)” <b>Perbedaan :</b> Dalam penelitian ini memakai	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa “persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko, persepsi kesesuaian berpengaruh positif terhadap

	Risiko dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi <i>Non Cash</i> Pada PT BRI (persero) Tbk (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha)”	Resiko (X3), Persepsi Kesesuaian (X4) dan Minat Menggunakan Transaksi <i>Non Cash</i> (Y)”.	variabel “persepsi resiko dan persepsi kesesuaian” yang tidak diteliti oleh penulis, serta peneliti memasukan variabel minat menggunakan alat pembayaran non tunai.	minat menggunakan transaksi <i>non cash</i> ”
4	<b>Nama :”Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Saputra”</b> , Universitas Udayana, 2019 “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat	Analisis regresi linier berganda <b>Data Primer :</b> Kuisisioner <b>Variabel :</b> “Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Tingkat	<b>Persamaan :</b> Menggunakan variabel X yang sama serta memakai teori yang sama yaitu “TAM ( <i>technology Acceptance Model</i> )” <b>Perbedaan :</b> Menggunakan variabel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa “persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat

	Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik”	Kepercayaan dan Minat Menggunakan Uang Elektronik (Y)”	“penggunaan alat pembayaran non tunai”	menggunakan uang elektronik”
5	<b>Nama : “Imam Sugih Rahayu”</b> STIA Alma Ata Yogyakarta 2015 “Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Menggunakan Kerangka <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”	Analisis regresi linier berganda <b>Data Primer :</b> Kuisisioner <b>Variabel :</b> “Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Persepsi Kredibilitas (X3), Informasi tentang <i>Mobile Banking</i> (X4)	<b>Persamaan :</b> Menggunakan variabel yang sama yaitu “persepsi manfaat (X), persepsi kemudahan penggunaan (X), dan menggunakan kerangka TAM” <b>Perbedaan :</b> variabel “Persepsi kredibilitas dan variabel informasi tentang <i>mobile banking</i> dipakai dalam penelitian	penelitian ini memiliki hasil yang menunjukkan bahwa “persepsi manfaat, persepsi kredibilitas, dan informasi tentang <i>mobile banking</i> berpengaruh terhadap minat perilaku menggunakan <i>mobile banking</i> ”,



	dan Minat Perilaku Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)”	tersebut yang tidak diteliti oleh penulis serta penulis memasukan variabel penggunaan alat pembayaran non tunai”.	sedangkan hasil dari variabel “persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> ”
--	---	---	---

#### G. Sistematika Penulisan

Didalam penulisan proposal ini, akan terdapat lima bab yang akan dipaparkan oleh peneliti sesuai urutan dengan sistematika sebagai berikut:

**BAB I** Berisi tentang uraian latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

**BAB II** Berisi tentang landasan teori, landasan teori ini harus berdasarkan kepada teori-teori yang relevan yaitu menjelaskan tentang pengertian persepsi, TAM beserta konstuk-konstruk meliputi persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, pengertian kepercayaan,

pengertian minat, alat pembayaran non tunai, serta pengertian *mobile banking*.

**BAB III** Berisi tentang metodologi penelitian, metodologi penelitian ini menjelaskan secara detail cara kerja dan prosedur pelaksanaan penelitian, metode penelitian disesuaikan dengan masalah yang akan diteliti. Terdiri dari ruang lingkup penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data dan metode analisis data.

**BAB IV** Pada bab ini peneliti menjelaskan bagaimana temuan hasil yang diperoleh dari pengolahan data yang telah dilakukan melalui beberapa pengujian data dan interpretasi data.

**BAB V** Pada bab ini peneliti menulis kesimpulan mengenai hasil dari penelitian, dan memberikan saran untuk peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amorso, D. L. (2011). Development of an Instrument to Measure the Acceptance of Internet Technology by Consumers. *Filozofski Vestnik*, 32(3), 103–116.
- Bank DKI Syariah. (n.d.). *Profile Bank DKI Syariah*. Retrieved June 28, 2021, from <http://bankdkisyariah.co.id/index.php/bank-dki-syariah/profileperusahaan>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)*. RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Edisi Kedu). Kencana.
- Davis, F. D. (2011). Perceived Usefulness, Perceived Ease of use and User Acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Edisi ke-1). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan* (Edisi Pert). Kencana.

Laksana, G. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2), 86309.

Mardiyanti, S. (2011). Pengaruh Keyakinan dan Kepercayaan Teknologi Terhadap Minat Penggunaan Internet Banking Di Malang: Theory of Reason Action yang Direduksi. *Jurnal Fisip Umrah, Vol 1 No.(1)*, 287–295. <http://ejournal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdp/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>

Napitupulu, D., Abdel Kadar, J., & Kartika Jati, R. (2017). Validity testing of technology acceptance model based on factor analysis approach. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 5(3), 697–704. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v5.i3.pp697-704>

Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Edisi Pert). Kencana.

Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>

*Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22.* (n.d.).

- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Bijak Ber-Electronic Banking. *Bijak Ber-Ebanking*, 1–325.
- Paramitha Nerisafitra & Fajar Annas Susanto. (n.d.). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Menggunakan Website Pembelajaran dengan Technology Acceptance Model (TAM)*.
- Permatasari, A. A. A. R., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com* (Abdriyanto (Ed.)). Lakeisha.
- Pratama, A. M. (2020). *Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence* (D. N. Aedi (Ed.); Cetakan I). Gosyen Publishing.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Edisi Pert). Graha Ilmu.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 196–209. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>
- Setiawan, H. (2016). Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas. *Jurnal*

*Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), 518–528.

Shandy, K. F. (2020). *Transaksi Digital Banking Meroket, Nasabah Juga Ingin Hal Ini. Oke Finance.*

<https://economy.okezone.com/read/2020/07/23/320/2250953/transaksi-digital-banking-meroket-nasabah-juga-inginkan-hal-ini?page=2>

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Arif (Ed.); Edisi Revi). PT Rafika Aditama.

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.

Sobur, A. (2016). *Psikologi Umum* (Edisi Revi). Pustaka Setia.

Sudarsono. (n.d.). *Kamus Filsafat Dan Psikologi* (Cetakan Pe). PT Rineka Cipta.

Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian* (Edisi 1). Rajawali Pers.

Sugiarto, D. S. (2000). *Metode Statistika : Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Andi Offset.

Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi : Alat Statistik Dan Analisis Output Komputer*. Caps.

Suryati, L., & Sudarso, A. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif: (petunjuk praktis untuk penyusunan skripsi ekonomi dan tesis magister management)*

(2nd ed.). Deepublish.

Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25, 671–688. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>

Tumpal Manik. (2019). Analisis Pengaruh Transaksi Digitalisasi Uang Elektronik Terhadap Cashless Society Dan Infrastruktur Uang Elektronik Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 2(2), 27–40. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v2i2.1714>

Utami, N. W. A. B., & Herawati, N. T. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Pt Bri (Persero) Tbk (Studi Kasus Mahasiswa Prodi SI Akuntansi Undiksha)*. 11(2), 310–319.

Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (Edisi 1). RajaGrafindo Persada.